

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



OLEH

MAHYUDIN
NIM:10571001840

PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN

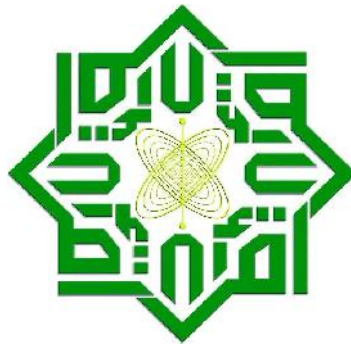
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2012

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Sarjana Lengkap Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



OLEH

MAHYUDIN
NIM:10571001840

PROGRAM S1
JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2012

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Oleh : Mahyudin

Kepuasan Konsumen sangatlah penting bagi setiap jenis usaha terutama usaha yang menawarkan jasa dimana tidak ada produksi riil yang diperjual belikan secara langsung sebagai pemuas kebutuhan sebagaimana dalam usaha jenis lain yang menawarkan benda sebagai pemuas kebutuhan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “ Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru”.

Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Jumlah sampel yang penulis ambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan metode sensus dimana metode sampel yang diambil keseluruhan dari populasi penelitian.

BRI Syariah merupakan perbankan umum yang membuka cabang syariah dengan tujuan untuk memberdayakan ekonomi umat dengan prinsip syariah dan mengutamakan pelayanan pada konsumen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Dalam penelitian ini jenis sumber data yang digunakan berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah bersifat primer yang dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner terhadap 100 orang konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan model analisis Regresi Linier Berganda yaitu $Y = 1.828 + 0.146X_1 + 0.161X_2 + 0.160X_3 + 0.151X_4 + 0.111X_5 + e$. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS *Windows 15* secara parsial diperoleh hasil bahwa (faktor Bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian Individu) berpengaruh signifikan (memiliki hubungan yang sangat erat) terhadap kepuasan konsumen BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,579. Nilai R ini menunjukkan adanya hubungan linier positif antara variabel bebas bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan Dan Perhatian Individu

ABSTRAK

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Oleh : Mahyudin

Kepuasan Konsumen sangatlah penting bagi setiap jenis usaha terutama usaha yang menawarkan jasa dimana tidak ada produksi riil yang diperjual belikan secara langsung sebagai pemuas kebutuhan sebagaimana dalam usaha jenis lain yang menawarkan benda sebagai pemuas kebutuhan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “ Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru”.

Tujuan dalam penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Jumlah sampel yang penulis ambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan metode sensus dimana metode sampel yang diambil keseluruhan dari populasi penelitian.

BRI Syariah merupakan perbankan umum yang membuka cabang syariah dengan tujuan untuk memberdayakan ekonomi umat dengan prinsip syariah dan mengutamakan pelayanan pada konsumen. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Dalam penelitian ini jenis sumber data yang digunakan berkaitan dengan masalah yang diteliti adalah bersifat primer yang dilakukan dengan cara wawancara menggunakan kuesioner terhadap 100 orang konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan model analisis Regresi Linier Berganda yaitu $Y = 1.828 + 0.146X_1 + 0.161X_2 + 0.160X_3 + 0.151X_4 + 0.111X_5 + e$. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SPSS *Windows 15* secara parsial diperoleh hasil bahwa (faktor Bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan perhatian Individu) berpengaruh signifikan (memiliki hubungan yang sangat erat) terhadap kepuasan konsumen BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi berganda sebesar 0,579. Nilai R ini menunjukkan adanya hubungan linier positif antara variabel bebas bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y.

Kata Kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan Dan Perhatian Individu

DAFTAR ISI

ABSTRAK.	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.	vi
DAFTAR TABEL.	viii
DAFTAR GAMBAR.	ix

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Sistematika Penulisan	5

BAB II: TELAAH PUSTAKA

A. Devenisi Kepuasan	7
B. Pengertian Bank	9
C. Pengertian Bank Syariah.....	9
D. Pemasaran Jasa Perbankan.....	10
E. Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional.....	11
F. Pengertian Produk.....	12
G. Devinisi Operasional Variabel Pelayanan	14
H. Kualitas Jasa	16
E. Diferensiasi Pelayanan	17
F. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
J. Hasil Penelitian Terdahulu	17
K. Hipotesis	21
L. Variabel Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian.....	22
B. Jenis dan Sumber Data.	22
C. Teknik Pengumpulan Data	22
D. Populasi dan Sampel.	23
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	24
F. Analisa Data	27

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	32
B. Struktur Organisasi BRI Syariah Cabang Pekanbaru.....	32
C. Aktivitas Perusahaan.....	38

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	56

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan
.....	60
B.	Saran
.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR ISI

ABSTRAK.	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.	vi
DAFTAR TABEL.	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Sistematika Penulisan	5

BAB II: TELAAH PUSTAKA

A. Devenisi Kepuasan	7
B. Pengertian Bank	9
C. Pengertian Bank Syariah.....	9
D. Pemasaran Jasa Perbankan.....	10
E. Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional.....	11
F. Pengertian Produk.....	12
G. Devinisi Operasional Variabel Pelayanan	14
H. Kualitas Jasa	16
E. Diferensiasi Pelayanan	17
F. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
J. Hasil Penelitian Terdahulu	17
K. Hipotesis	21
L. Variabel Penelitian	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian.....	22
B. Jenis dan Sumber Data.	22
C. Teknik Pengumpulan Data	22
D. Populasi dan Sampel.	23
E. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	24
F. Analisa Data	27

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	32
B. Struktur Organisasi BRI Syariah Cabang Pekanbaru.....	32
C. Aktivitas Perusahaan.....	38

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian	56

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan
.....	60
B.	Saran
.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru.....	4
Tabel V.1. Karak Teristik Responden Menurut Umur.....	43
Tabel V.2 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
Tabel V.3. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X ₁ (Bukti Fisik)	44
Tabel V.4. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X ₂ (Reliability)	45
Tabel V.5. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X ₃ (Responsiveness).....	45
Tabel V.6. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X ₄ (Assurance).....	45
Tabel V.7. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X ₅ (Empathy)	46
Tabel V.8. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel Y (Kepuasan).....	46
Tabel V.9. Hasil Uji Reliability	46
Tabel V.10. Rekapitulasi Variabel Bukti Fisik	48
TabeV.1 1. Rekapitulasi Variabel Keandalan.....	49
Tabel V.12. Rekapitulasi Variabel Ketanggapan.	50
Tabel V.13. Rekapitulasi Variabel Jaminan	51
Tabel V.14. Rekapitulasi Variabel Perhatian.....	52
Tabel V.15. Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel V.16. Hasil regresi Linier Berganda	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru.....	4
Tabel V.1. Karak Teristik Responden Menurut Umur.....	43
Tabel V.2 : Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
Tabel V.3. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X_1 (Bukti Fisik)	44
Tabel V.4. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X_2 (Reliability)	45
Tabel V.5. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X_3 (Responsiveness).....	45
Tabel V.6. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X_4 (Assurance).....	45
Tabel V.7. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel X_5 (Empathy)	46
Tabel V.8. Hasil Analisis Validitas Untuk Variabel Y (Kepuasan).....	46
Tabel V.9. Hasil Uji Reliability	46
Tabel V.10. Rekapitulasi Variabel Bukti Fisik	48
TabeV.1 1. Rekapitulasi Variabel Keandalan.....	49
Tabel V.12. Rekapitulasi Variabel Ketanggapan.	50
Tabel V.13. Rekapitulasi Variabel Jaminan	51
Tabel V.14. Rekapitulasi Variabel Perhatian.....	52
Tabel V.15. Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel V.16. Hasil regresi Linier Berganda	56

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelanggan merupakan komponen lingkungan yang mampu mempengaruhi pencapaian tujuan pemasaran. Prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa kemampuan organisasi tersebut memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, kemudian memenuhi kebutuhan tersebut secara efektif dan efisien dibanding pesaingnya. Intinya, apabila ingin memberikan hasil yang terbaik bagi pelanggannya, sebuah perusahaan harus memiliki informasi mengenai apa yang harus diberikan kepada pelanggan supaya tetap loyal terhadap perusahaan. Dengan demikian kebutuhan dan keinginan konsumen sangat penting untuk diketahui oleh suatu perusahaan yang menerapkan pemasaran.

Untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan, semua kegiatan pemasaran harus dilakukan serta diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena konsumen merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan. Oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus diutamakan bagi perusahaan.

Seiring dengan meningkatnya peranan pelanggan dalam perekonomian serta banyaknya kegiatan masyarakat yang memanfaatkan bank sebagai sarana perantara keuangan, tentunya akan mendorong bank untuk meningkatkan kinerjanya. Termasuk didalamnya pelayanan kepada masyarakat dan usaha bank tersebut untuk menampilkan produk-produk unggulannya.

Di Indonesia pada saat ini, kebanyakan bank yang beroperasi menggunakan sistem konvensional. Baik itu milik pemerintah, swasta atau bank asing yang membuka cabang. Tapi sekarang sudah banyak bank yang menggunakan sistem bagi hasil atau dikenal dengan bank

Islam atau bank syariah.

Dengan adanya bank syariah atau bank Islam diharapkan konsumen yang mayoritas beragama Islam tidak ragu dan berminat mengalokasikan dananya pada bank syariah. Karena kegiatan operasional bank syariah lebih efektif dan maksimal. Nilai lebih antara bank syariah dan bank konvensional yaitu diantaranya sistem bagi hasil. Namun selama ini yang dipraktekkan pada bank konvensional adalah sistem bunga sebagai balas jasanya.

Sehubungan dengan itu maka BRI Syariah cabang Pekanbaru adalah salah satu perbankan yang berlandaskan prinsip syariah. Bank ini bergerak memasarkan jasa dalam penghimpunan dana dari masyarakat di Pekanbaru yang terus tumbuh dan berkembang. Tentunya, BRI Syariah berusaha menarik nasabah sebanyak mungkin, dengan berbagai cara. Salah satunya memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah serta memberikan balas jasa berupa bagi hasil yang memuaskan.

Dengan berbagai upaya tersebut diharapkan konsumen dapat merasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Untuk meraih hal itu, BRI Syariah Pekanbaru mempunyai komitmen untuk selalu mengedepankan pelayanan yang baik dan prima kepada para nasabah.

Berikut digambarkan jumlah nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2011

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Total Dana Dalam 000.000	Persentase Kenaikan/ Penurunan Nasabah
2006	3.791	318.920.713	0
2007	4.502	325.651.751	18,75
2008	5.773	434.029.531	28,27
2009	7.573	624.567.453	31,17
2010	10.223	954.194.752	34,99
2011	14.478	2.764.638.321	41,62

Sumber : BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Dari Tabel 1 dapat dilihat, tingkat perkembangan jumlah nasabah pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru mengalami peningkatan tiap periodenya, yaitu pada tahun 2006 jumlah nasabah yang menabung 3.791 orang, pada tahun 2007 jumlah nasabah mengalami peningkatan sebanyak 711 orang dengan persentase 18,75%, pada tahun 2008 nasabah mengalami peningkatan lagi sebanyak 1.271 orang dengan persentase 28,27%, pada tahun 2009 nasabah mengalami peningkatan sebanyak 1.800 orang dengan persentase 31,17%, pada tahun 2010 nasabah mengalami peningkatan sebanyak 2.650 orang dengan persentase 34,99%, pada tahun 2011 nasabah mengalami peningkatan sebanyak 4.255 Orang dengan persentase 41,62%.

Beberapa penelitian mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan. Diantaranya adalah Marlinda (2007) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap nasabah tabungan umat pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Umat pada PT. Bank Muamalat Indonesia.

Selanjutnya Nurliza (2003) meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Tabungan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Ditemukan bahwa kualitas pelayanan jasa tabungan tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Sedangkan Tarmizi (2009) meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru. Hasil penelitiannya, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian. Dipenelitian terdahulu objek penelitiannya di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang

Pekanbaru. Sementara itu objek penelitian ini pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Guna penelitian ini dilakukan untuk bahan pertimbangan pihak bank agar bisa bersaing dengan perbankan yang ada di kota Pekanbaru.

Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan data-data yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: **“ Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru?”**.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- a. Melatih penulis untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pihak BRI Syariah cabang Pekanbaru dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.
- c. Sebagai pedoman atau masukan bagi nasabah dalam mengambil keputusan untuk memilih pembiayaan yang tepat.
- d. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan tentang pembiayaan mudharabah.

D. Sistematika Penulisan

Gambaran umum sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan empat sub bab, yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan beberapa teori yang mendasari penulisan skripsi ini, yang berisikan tentang definisi kepuasan, pengertian bank, pengertian Bank Syariah, pemasaran jasa perbankan, perbedaan bank Syariah dan Bank konvensional, pengertian produk, pengertian Pelayanan, kualitas jasa, diferensiasi pelayanan, strategi pelayanan, dan pada bagian akhir dikemukakan suatu hipotesa.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian, yaitu : variable penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan serta fasilitas lain yang tersedia diperusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan hasil dari penelitian dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari permasalahan yang telah

dikemukakan dan saran-saran untuk kebaikan perusahaan bagi kegiatan selanjutnya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pelanggan merupakan komponen lingkungan yang mampu mempengaruhi pencapaian tujuan pemasaran. Prinsip pemasaran mengatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa kemampuan organisasi tersebut memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, kemudian memenuhi kebutuhan tersebut secara efektif dan efisien dibanding pesaingnya. Intinya, apabila ingin memberikan hasil yang terbaik bagi pelanggannya, sebuah perusahaan harus memiliki informasi mengenai apa yang harus diberikan kepada pelanggan supaya tetap loyal terhadap perusahaan. Dengan demikian kebutuhan dan keinginan konsumen sangat penting untuk diketahui oleh suatu perusahaan yang menerapkan pemasaran.

Untuk meningkatkan keberhasilan perusahaan, semua kegiatan pemasaran harus dilakukan serta diarahkan untuk memberikan kepuasan bagi pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena konsumen merupakan faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan. Oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus diutamakan bagi perusahaan.

Seiring dengan meningkatnya peranan pelanggan dalam perekonomian serta banyaknya kegiatan masyarakat yang memanfaatkan bank sebagai sarana perantara keuangan, tentunya akan mendorong bank untuk meningkatkan kinerjanya. Termasuk didalamnya pelayanan kepada masyarakat dan usaha bank tersebut untuk menampilkan produk-produk unggulannya.

Di Indonesia pada saat ini, kebanyakan bank yang beroperasi menggunakan sistem konvensional. Baik itu milik pemerintah, swasta atau bank asing yang membuka cabang. Tapi sekarang sudah banyak bank yang menggunakan sistem bagi hasil atau dikenal dengan bank

Islam atau bank syariah.

Dengan adanya bank syariah atau bank Islam diharapkan konsumen yang mayoritas beragama Islam tidak ragu dan berminat mengalokasikan dananya pada bank syariah. Karena kegiatan operasional bank syariah lebih efektif dan maksimal. Nilai lebih antara bank syariah dan bank konvensional yaitu diantaranya sistem bagi hasil. Namun selama ini yang dipraktekkan pada bank konvensional adalah sistem bunga sebagai balas jasanya.

Sehubungan dengan itu maka BRI Syariah cabang Pekanbaru adalah salah satu perbankan yang berlandaskan prinsip syariah. Bank ini bergerak memasarkan jasa dalam penghimpunan dana dari masyarakat di Pekanbaru yang terus tumbuh dan berkembang. Tentunya, BRI Syariah berusaha menarik nasabah sebanyak mungkin, dengan berbagai cara. Salah satunya memberikan pelayanan yang memuaskan bagi nasabah serta memberikan balas jasa berupa bagi hasil yang memuaskan.

Dengan berbagai upaya tersebut diharapkan konsumen dapat merasa puas terhadap jasa yang diberikan oleh BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Untuk meraih hal itu, BRI Syariah Pekanbaru mempunyai komitmen untuk selalu mengedepankan pelayanan yang baik dan prima kepada para nasabah.

Berikut digambarkan jumlah nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru dari tahun 2006 sampai dengan tahun 2011

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Nasabah Pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Tahun	Jumlah Nasabah (Orang)	Total Dana Dalam 000.000	Persentase Kenaikan/ Penurunan Nasabah
2006	3.791	318.920.713	0
2007	4.502	325.651.751	18,75
2008	5.773	434.029.531	28,27
2009	7.573	624.567.453	31,17
2010	10.223	954.194.752	34,99
2011	14.478	2.764.638.321	41,62

Sumber : BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Dari Tabel 1 dapat dilihat, tingkat perkembangan jumlah nasabah pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru mengalami peningkatan tiap periodenya, yaitu pada tahun 2006 jumlah nasabah yang menabung 3.791 orang, pada tahun 2007 jumlah nasabah mengalami peningkatan sebanyak 711 orang dengan persentase 18,75%, pada tahun 2008 nasabah mengalami peningkatan lagi sebanyak 1.271 orang dengan persentase 28,27%, pada tahun 2009 nasabah mengalami peningkatan sebanyak 1.800 orang dengan persentase 31,17%, pada tahun 2010 nasabah mengalami peningkatan sebanyak 2.650 orang dengan persentase 34,99%, pada tahun 2011 nasabah mengalami peningkatan sebanyak 4.255 Orang dengan persentase 41,62%.

Beberapa penelitian mengenai kepuasan konsumen telah dilakukan. Diantaranya adalah Marlinda (2007) yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap nasabah tabungan umat pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Umat pada PT. Bank Muamalat Indonesia.

Selanjutnya Nurliza (2003) meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Tabungan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Ditemukan bahwa kualitas pelayanan jasa tabungan tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Sedangkan Tarmizi (2009) meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru. Hasil penelitiannya, ditemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian. Dipenelitian terdahulu objek penelitiannya di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang

Pekanbaru. Sementara itu objek penelitian ini pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Guna penelitian ini dilakukan untuk bahan pertimbangan pihak bank agar bisa bersaing dengan perbankan yang ada di kota Pekanbaru.

Dengan demikian penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan data-data yang telah dikemukakan di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: **“ Seberapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru?”**.

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

2. Manfaat Penelitian

- a. Melatih penulis untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.
- b. Sebagai bahan masukan bagi pihak BRI Syariah cabang Pekanbaru dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.
- c. Sebagai pedoman atau masukan bagi nasabah dalam mengambil keputusan untuk memilih pembiayaan yang tepat.
- d. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan tentang pembiayaan mudharabah.

D. Sistematika Penulisan

Gambaran umum sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan empat sub bab, yaitu latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan menguraikan beberapa teori yang mendasari penulisan skripsi ini, yang berisikan tentang definisi kepuasan, pengertian bank, pengertian Bank Syariah, pemasaran jasa perbankan, perbedaan bank Syariah dan Bank konvensional, pengertian produk, pengertian Pelayanan, kualitas jasa, diferensiasi pelayanan, strategi pelayanan, dan pada bagian akhir dikemukakan suatu hipotesa.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian, yaitu : variable penelitian, lokasi penelitian, sumber dan jenis data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data serta analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisikan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan aktivitas perusahaan serta fasilitas lain yang tersedia diperusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan membahas dan menguraikan hasil dari penelitian dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan dari permasalahan yang telah

dikemukakan dan saran-saran untuk kebaikan perusahaan bagi kegiatan selanjutnya.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Definisi Kepuasan

Kepuasan menurut Kotler (2000:36) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya. Pada umumnya harapan dari pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan karena biaya mendapatkan pelanggan baru lima kali lebih tinggi daripada mempertahankan yang sudah ada.

Kotler (2005:220-225), mengemukakan bahwa keputusan terpenting pengecer yang berhubungan langsung dengan tingkat kepuasan konsumen adalah:

1. Keragaman produk (*Product assortment*)
2. Layanan dan atmosfer toko
3. Keputusan harga,
4. Keputusan Promosi,
5. Keputusan tempat (lokasi)

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, yang didapatkan melalui kegiatan berbelanja di toko swalayan, memiliki tujuan untuk mendapatkan kepuasan tersendiri atas aktivitas yang dilaksanakan konsumen. Hal-hal yang ditawarkan bukan dalam bentuk barang, harus memiliki kelebihan-kelebihan khusus yang bersifat positif dibandingkan dengan penawaran usaha ritel lainnya agar pelanggan tetap setia. Dalam mempertahankan pelanggan, perusahaan harus dapat memberikan nilai yang maksimal untuk memuaskan pelanggannya. Adapun kepuasan pelanggan dapat terjadi apabila harapan benar-benar terwujud. Demikian pula sebaliknya, jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan kembali membeli produk kita dan membicarakan hal tersebut kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya

terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono, 2002: 53). Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan ini, jelaslah bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Kotler dalam Wulansari (2002:42) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Supranto dalam Wulansari (2001:44) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Contohnya bila seorang pelanggan tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat.

Menurut Lupiyoadi (2001: 158) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas Produk
Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya
Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

B. Pengertian Bank

Di dunia khususnya di Indonesia banyak terdapat berbagai jenis perusahaan. Baik itu yang bergerak dalam bidang produksi maupun pada bidang jasa. Setiap perusahaan mempunyai definisi dan jenis kegiatan masing-masing sesuai dengan bentuk perusahaan. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. (Kasmir, 2005 :08)

C. Pengertian Bank Syariah

Menurut batasan dalam peraturan Bank Indonesia nomor 2/8/PBI/2000 pasal Bank Syariah adalah :

Bank umum sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit syariah dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Muhammad, 2000: 13)

D. Pemasaran Jasa Perbankan

Aktivitas pemasaran disuatu perbankan sangat penting artinya dalam pencapaian tujuan yang sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini disebabkan oleh aktivitas pemasaran yang diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk

memperoleh tingkat laba yang diharapkan. Pemasaran adalah upaya dalam menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (**Saladin, 2003:2**).

Pengertian pemasaran perbankan adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (**Kasmir, 2005 :63**). Dalam memenuhi kebutuhan nasabah suatu bank harus mengerti apa yang dibutuhkan oleh setiap nasabahnya. Sebagai contoh kebutuhan nasabah bank (**Kasmir, 2005:65**), adalah:

1. Kebutuhan produk atau jasa bank
2. Kebutuhan rasa aman berhubungan dengan bank.
3. kebutuhan kenyamanan berhubungan dengan bank.
4. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh seluruh karyawan bank.
5. Kebutuhan untuk persahabatan dan keakraban.
6. Kebutuhan untuk diberi perhatian oleh seluruh karyawan.
7. Kebutuhan status
8. Kebutuhan aktualisasi diri

Jadi dapat disimpulkan bahwa aktivitas pemasaran hampir dilakukan oleh seluruh bagian bank dalam memberikan berbagai pelayanan jasa.

Pada dasarnya bank adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menyangkut keuangan. Dalam kegiatan pokoknya bank umum mempunyai tiga fungsi (**Kasmir, 2001:40**), yaitu:

1. Menghimpun dana dari masyarakat (*Fuding*) dalam bentuk :
 - a. Simpan Giro (*Demand Deposit*).
 - b. Simpan Tabungan (*Saving Devosit*)
 - c. Simpan Deposito (*Time Deposit*)
2. Menyalurkan dana ke masyarakat (*Lending*)
 - a. Kredit Investasi
 - b. Kredit Modal Kerja
 - c. Kredit Perdagangan
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*)
 - a. Kiriman Uang (*Transfer*)
 - b. Kliring (*Clearing*)
 - c. Jual beli surat berharga
 - d. Letter of Credit (L/C)
 - e. Dan jasa lainnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan jasa adalah hasil usaha penggunaan manusia atau

mesin terhadap sejumlah orang atau objek. Jasa meliputi suatu perbuatan, suatu kinerja, atau suatu upaya yang tidak bisa diproses secara fisik (**Lamb, Hair, Mc Daniel, 2001:482**).

Pendapat Kotler (1994) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

E. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Antonio (2001:29) menjelaskan, ada empat poin perbedaan bank syariah dan bank konvensional, yaitu:

1. Dari segi akad dan aspek legalitas.
Akad yang dilakukan bank syariah memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Jika terjadi perselisihan antara nasabah dan bank, maka bank syariah dapat merujuk ke badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI) dimana penyelesaiannya dilakukan berdasarkan hukum Islam.
2. Dari struktur organisasi.
Bank Syariah dapat memiliki struktur yang sama dengan bank konvensional. Namun ada unsur yang membedakannya yaitu harus adanya Dewan Penasehat Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk-produknya sesuai dengan garis-garis Syariah. Keberadaan dewan ini merupakan suatu keniscayaan, bahkan bagi sebuah bank berukuran kecil sekalipun, seperti Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) atau Baitul Mal wa Tanwil (BMT).
3. Berkenaan dengan bisnis usaha yang dibiayai.
Bisnis usaha yang dijalankan oleh para peminjam tidak terlepas dari hukum Islam. Karena itulah, secara tidak langsung perbankan Islam tidak hanya semata-mata institusi ekonomi namun juga institusi yang menjaga moral masyarakat.
4. Berkaitan dengan lingkungan kerja dan budaya perusahaan (*corporate culture*).
Dalam hal etika, sifat amanah dan *shiddiq* harus melandasi setiap pribadi karyawan bank. Sehingga akan tercipta profesionalisme yang berdasarkan Islam. Dalam hal ini reward and punishment yang berlaku dalam perusahaan diperlakukan secara adil dan sesuai dengan syariah.

F. Pengertian Produk

Sebuah produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diperoleh seseorang melalui pertukaran, baik menguntungkan maupun tidak. Untuk kebanyakan orang, istilah produk berarti barang nyata. Namun sesungguhnya jasa dan ide juga termasuk produk. (**Lamb, Hair, Mc Daniel, 2001:414**). Sedangkan menurut **Zulfikar (2003:11)** produk adalah suatu sifat yang komplit baik dapat dipegang maupun tidak dapat dipegang, seperti bungkus,

warna, harga prestise perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Dalam perusahaan pengangkutan, produk yang dihasilkan berbentuk jasa. Adapun ciri-ciri produk yang berbentuk jasa (**Kotler, 2001: 277**), antara lain:

1. Tidak berwujud (*Intangible*)
Produk pelayanan jasa tidak dapat dilihat, tetapi dapat dirasakan dan dinikmati hasilnya.
2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)
Produk jasa yang dihasilkan dikonsumsi secara bersamaan dengan produksinya. Berbeda dengan barang fisik, bisa diproduksi kemudian disimpan dalam persediaan lalu didistribusikan lewat berbagai penjual dan baru dikonsumsi oleh konsumen.
3. Bervariasi (*Variability*)
Pelayanan jasa bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan.
4. Tidak tahan lama (*Perishability*)
Jasa tidak bisa disimpan dan tidak tahan lama sehingga tidak dapat dipakai kembali pada masa yang akan datang. Dalam bidang pemasaran jasa akan terjadi permintaan yang berfluktuasi.

Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa, ada beberapa klasifikasi produk berdasarkan jenis konsumen yang menggunakannya (**Zulfikar, 2003: 11**), yaitu:

1. Produk Konsumen.
Produk konsumen adalah produk yang dibeli konsumen akhirnya untuk konsumsi pribadi. Produk konsumen ini mempunyai perbedaan dalam cara konsumen membelinya, tentunya juga akan berbeda dalam cara pemasaran. Produk konsumen terdiri dari:
 - a. Produk sehari-hari adalah produk-produk dan jasa konsumen yang pembelinya sering, hanya sedikit membanding-bandingkan, dan usaha membelinya minimal. Biasanya harga produk ini rendah dan tempat penjualannya tersebar luas.
 - b. Produk shopping adalah produk konsumen yang lebih jarang dibeli, sehingga pelanggan membandingkan dengan cermat kesesuaian, mutu, harga dan gayanya.
 - c. Produk khusus adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merk yang dicari oleh kelompok besar pembeli sehingga mereka bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya.
 - d. Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang keberadaannya tidak diketahui oleh konsumen, atau walaupun diketahui biasanya tidak terfikir untuk membelinya.
2. Produk Industri.
Produk industri yaitu barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut dalam suatu bisnis. Terdapat tiga kelompok produk industri yaitu:

- a) Bahan dan suku cadang adalah produk industri yang menjadikan bagaian produk pembeli, lewat pengolahan lebih lanjut atau sebagai komponen.
- b) Barang modal adalah produk industri yang membantu produk produksi atau operasi pembeli.
- c) Perlengkapan dan jasa adalah produk industri yang sama sekali tidak memasuki produk akhir.

Mutu produk adalah salah satu alat penting bagi pemasaran untuk menetapkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsisten. Ketika mengembangkan suatu produk, pemasar mula-mula harus memiliki tingkat mutu yang mendukung posisi produk dipasar sasaran. Disini mutu produk berarti kemampuan produk untuk dapat melaksanakan fungsinya. Termasuk juga keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam mempergunakan kemudian perbaikannya serta atribut lainnya.

Walaupun beberapa dari atribut ini dapat diukur secara objektif. Namun dari sudut pandang pemasaran, mutu harus diukur dari segi persepsi pembeli. Mutu yang tinggi juga bisa diartikan secara konsisten memberikan tingkat mutu yang ditargetkan kepada pelanggan atau tidak adanya kerusakan atau kelainan. Semua perusahaan harus berusaha keras untuk memenuhi konsistensi mutu tingkat tinggi.

G. Pengertian Operasional Variabel Pelayanan

Pelayanan (service) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang bentuknya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik, (**Kotler, 2000:68**). Pelayanan atau service merupakan cara promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank. Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik maka nasabah akan merasa puas. tentunya hal ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi, (**Sumarni 2002:226**).

Pelayanan nasabah merupakan faktor yang penting dalam menghimpun dana masyarakat serta mencerminkan pendekatan seutuhnya dari karyawan bank kepada nasabah.

Pelayanan nasabah juga merupakan sikap menolong, bersahabat dan professional yang memuaskan nasabah. Tentunya hal ini akan menyebabkan nasabah datang kembali untuk berbisnis pada bank tersebut.

Dalam melengkapi pelayanan, bank telah bereksperimen dengan computer modern dan teknologi komunikasi. Hasilnya adalah sistem pemberian jasa yang menyenangkan untuk industri perbankan, konsumen dan perseroan. Jasa tersebut meliputi :

1. Jasa pembayaran komputerisasi (pemindahan dana yang dikontrol oleh komputer). untuk melengkapi pemakaian cek dan uang
2. Jasa penyetoran dan pengambilan otomatis yang memakai terminal jarak jauh atau *Automatic Teller Machine* (ATM). (Sumarni, 2002:46)

Kotler (dalam Alma, 2007:284) mengungkapkan, ada lima faktor dominan dalam penentu kualitas jasa. Faktor ini disingkat dengan TERRA, yaitu

1. *Tangible*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan, kelengkapan alat komunikasi dan penampilan karyawan.
2. *Empaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, termasuk juga usaha perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan serta usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.
3. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan
4. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesedian karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan keluhan pelanggan.
5. *Assurance*, Meliputi kemampuan karyawan tentang pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahmatan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan dan pemanfaatan jasa yang ditawarkan serta kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

H. Kualitas Jasa

Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang konsumen sering kali melihat nilai lebih dari satuan produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari satu proses pembelian produk atau jasa (Lupiyoadi, 2006:174). Nilai yang diberikan konsumen sangat kuat, karena

didasari oleh faktor kualitas jasa. Kualitas jasa adalah sejauh mana jasa tersebut memenuhi spesipekasinya.

Kualitas menurut *ISO 9000* adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang interen dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang biasanya tersirat atau wajib. Jadi kualitas menurut *ISO 9000* merupakan panduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Menurut *American Society For Quality Control* kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. (**Lupiyoadi, 2001:148**)

I. Diferensiasi Pelayanan

Suatu perusahaan banyak mempunyai jenis usaha yang sama. Namun setiap perusahaan tersebut memiliki cara atau nilai lebih dari yang lain (*Better Than Other*). Sehingga perusahaan tersebut menjadi pemimpin pasar. Kunci kesuksesan sering terletak pada peningkatan pelayanan dan mutu. Pembeda pelayanan utama, (**Kotler :2001: 398**) antara lain adalah:

- a. Penyerahan, yaitu produk atau jasa yang diserahkan kepada pelanggan sebaiknya harus meliputi kecepatan, ketepatan, dan perhatian selama proses penyerahan.
- b. Instalasi, yaitu suatu tindakan yang dilakukan supaya produk dapat bekerja ditempatnya.
- c. Pelatihan pelanggan, yang bertujuan agar pelanggan dapat menggunakan produk dengan baik dan efisien.
- d. Jasa konsultasi yaitu jasa data, informasi, sistem, dan saran yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

J. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Marlinda (2007) pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Ummat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru, ditemukan bahwa PT. Bank Muamalat ingin meningkatkan persaingan yang begitu ketat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas

pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah tabungan ummat pada PT.Bank Muamalat Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah yang menabung di tabungan Ummat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, dengan jumlah sampel 100 responden dari 6.346 responden. Metode yang digunakan adalah Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan Kuesioner dan Interview. Analisa yang digunakan adalah analisa kuantitatif dengan metode Regresi Linier berganda.

Dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ummat pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari nilai **R Square** sebesar 78.3% yang merupakan kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan ,ketanggapan, jaminan, dan empati. Dalam Penelitian ini menyarankan kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru agar melaksanakan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun, ketepatan waktu, sikap simpati kepada nasabah, serta desain interior dan kebersihan ruangan bank diutamakan. Begitu juga dengan kinerja karyawannya, disarankan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan bank.

Penelitian sejenis yang lain dilakukan oleh Nurliza dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Tabungan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru pada tahun 2003. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor kualitas pelayanan jasa terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Manfaatnya adalah sebagai informasi bagi manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam menyusun strategi bank untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah. Metode penelitian ini adalah metode *Survey* dengan menggunakan alat pengumpul data berupa Kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

Deskriptif dan Kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan Regresi Linier sederhana.

Dari hasil penelitian tersebut diperoleh regresi $Y = a + bx$. Maksudnya adalah kualitas pelayanan jasa tabungan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati) tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Berdasarkan nilai hitung dari t hitung tersebut dapat dilihat bahwa ternyata t hitung lebih kecil dari t tabel ($t_o = 0.719 > t_{tabel} = 1.701$) hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan jasa tabungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Jadi kesimpulannya adalah meningkatnya jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru tidak hanya di pengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan jasa tetapi dari variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya R sebesar 0,0181. Artinya adalah variabel bebas berpengaruh pada variabel terikatnya yaitu jumlah penabung sebesar 1,18 %. Oleh karena itu PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru harus melakukan diversifikasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah penabungnya, seperti melakukan promosi dan sosialisasi tentang sistem bagi hasil yang bebas riba, memperluas jaringan dan membangun *Rating* yang strategis lokasinya serta menyediakan produk-produk jasa perbankan yang terbaru sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Penelitian yang lain lagi dilakukan oleh Tarmizi (2009). Mahasiswa UIN Suska Riau ini meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru tahun 2009. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Survey* dengan menggunakan alat pengumpul data berupa Kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

Deskriptif dan Kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan Regresi Linier sederhana.

Dari Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kesalahan 5%. Dari uji determinasi (R^2) yang diperoleh dengan nilai R Square yaitu 0.412. Ini menunjukkan bahwa 41.2% fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang pekanbaru dipengaruhi Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Sisanya sebanyak 58.8% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti promosi, produk, pesaing, dan lokasi perusahaan (*Place*) yang tidak diamati dalam penelitian ini. Kesimpulannya adalah kualitas pelayanan pada PT.bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru sudah dikatakan baik dengan hasil yang diperoleh dari tanggapan responden tentang kepuasan pelayanan sangat setuju 69 orang (69%),setuju 31 orang (31%)

K. Hipotesis

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dibuat hipotesa penelitian yakni: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

L. Variabel Penelitian

1. Variabel dependen atau variabel Y adalah Kepuasan konsumen
2. Variabel Independen atau variabel X adalah:

X_1 = *Tangible* atau bukti fisik

X_2 = *Reliability* atau keandalan

X_3 = *Responsiveness* atau ketanggapan

$X_4 = Assurance$ atau jaminan

$X_5 = Empathy$ atau perhatian

BAB II

TELAAH PUSTAKA

A. Definisi Kepuasan

Kepuasan menurut Kotler (2000:36) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dengan harapannya. Pada umumnya harapan dari pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila mereka membeli atau mengkonsumsi suatu produk. Kepuasan ini mendatangkan keuntungan karena biaya mendapatkan pelanggan baru lima kali lebih tinggi daripada mempertahankan yang sudah ada.

Kotler (2005:220-225), mengemukakan bahwa keputusan terpenting pengecer yang berhubungan langsung dengan tingkat kepuasan konsumen adalah:

1. Keragaman produk (*Product assortment*)
2. Layanan dan atmosfer toko
3. Keputusan harga,
4. Keputusan Promosi,
5. Keputusan tempat (lokasi)

Semakin meningkatnya kebutuhan manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, yang didapatkan melalui kegiatan berbelanja di toko swalayan, memiliki tujuan untuk mendapatkan kepuasan tersendiri atas aktivitas yang dilaksanakan konsumen. Hal-hal yang ditawarkan bukan dalam bentuk barang, harus memiliki kelebihan-kelebihan khusus yang bersifat positif dibandingkan dengan penawaran usaha ritel lainnya agar pelanggan tetap setia. Dalam mempertahankan pelanggan, perusahaan harus dapat memberikan nilai yang maksimal untuk memuaskan pelanggannya. Adapun kepuasan pelanggan dapat terjadi apabila harapan benar-benar terwujud. Demikian pula sebaliknya, jika pelanggan merasa puas, maka mereka akan kembali membeli produk kita dan membicarakan hal tersebut kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas *performance* produk atau jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya

terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui (Tjiptono, 2002: 53). Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen, akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Dengan melihat hubungan ini, jelaslah bahwa kepuasan pelanggan haruslah menjadi salah satu tujuan dari setiap perusahaan.

Kotler dalam Wulansari (2002:42) menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Menurut Supranto dalam Wulansari (2001:44) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Contohnya bila seorang pelanggan tersenyum saat melihat produk atau jasa yang sedang dipromosikan maka seseorang itu telah merasakan kepuasan pada produk atau jasa yang dilihat.

Menurut Lupiyoadi (2001: 158) ada lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas Produk
Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas Pelayanan
Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional
Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila seseorang menggunakan produk yang bermerek dan cenderung mempunyai kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat pelanggan menjadi puas dengan merek tertentu.
4. Harga
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya
Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

B. Pengertian Bank

Di dunia khususnya di Indonesia banyak terdapat berbagai jenis perusahaan. Baik itu yang bergerak dalam bidang produksi maupun pada bidang jasa. Setiap perusahaan mempunyai definisi dan jenis kegiatan masing-masing sesuai dengan bentuk perusahaan. Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. (Kasmir, 2005 :08)

C. Pengertian Bank Syariah

Menurut batasan dalam peraturan Bank Indonesia nomor 2/8/PBI/2000 pasal Bank Syariah adalah :

Bank umum sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang nomor 7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang nomor 10 tahun 1998 yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, termasuk unit syariah dan kantor cabang bank asing yang melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah.

Bank Islam atau bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan pada bunga. Bank syariah adalah lembaga keuangan atau perbankan yang kegiatan operasional dan produknya dikembangkan berlandaskan pada Al-Quran dan Hadist. Dengan kata lain, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya disesuaikan dengan prinsip syariat Islam (Muhammad, 2000: 13)

D. Pemasaran Jasa Perbankan

Aktivitas pemasaran disuatu perbankan sangat penting artinya dalam pencapaian tujuan yang sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini disebabkan oleh aktivitas pemasaran yang diarahkan untuk menciptakan pertukaran yang memungkinkan perusahaan untuk

memperoleh tingkat laba yang diharapkan. Pemasaran adalah upaya dalam menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (**Saladin, 2003:2**).

Pengertian pemasaran perbankan adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah (**Kasmir, 2005 :63**). Dalam memenuhi kebutuhan nasabah suatu bank harus mengerti apa yang dibutuhkan oleh setiap nasabahnya. Sebagai contoh kebutuhan nasabah bank (**Kasmir, 2005:65**), adalah:

1. Kebutuhan produk atau jasa bank
2. Kebutuhan rasa aman berhubungan dengan bank.
3. kebutuhan kenyamanan kenyamanan berhubungan dengan bank.
4. Kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh seluruh karyawan bank.
5. Kebutuhan untuk persahabatan dan keakraban.
6. Kebutuhan untuk diberi perhatian oleh seluruh karyawan.
7. Kebutuhan status
8. Kebutuhan aktualisasi diri

Jadi dapat disimpulkan bahwa aktivitas pemasaran hampir dilakukan oleh seluruh bagian bank dalam memberikan berbagai pelayanan jasa.

Pada dasarnya bank adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang menyangkut keuangan. Dalam kegiatan pokoknya bank umum mempunyai tiga fungsi (**Kasmir, 2001:40**), yaitu:

1. Menghimpun dana dari masyarakat (*Fuding*) dalam bentuk :
 - a. Simpan Giro (*Demand Deposit*).
 - b. Simpan Tabungan (*Saving Devosit*)
 - c. Simpan Deposito (*Time Deposit*)
2. Menyalurkan dana ke masyarakat (*Lending*)
 - a. Kredit Investasi
 - b. Kredit Modal Kerja
 - c. Kredit Perdagangan
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*service*)
 - a. Kiriman Uang (*Transfer*)
 - b. Kliring (*Clearing*)
 - c. Jual beli surat berharga
 - d. Letter of Credit (L/C)
 - e. Dan jasa lainnya.

Sedangkan yang dimaksud dengan jasa adalah hasil usaha penggunaan manusia atau

mesin terhadap sejumlah orang atau objek. Jasa meliputi suatu perbuatan, suatu kinerja, atau suatu upaya yang tidak bisa diproses secara fisik (**Lamb, Hair, Mc Daniel, 2001:482**).

Pendapat Kotler (1994) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

E. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Antonio (2001:29) menjelaskan, ada empat poin perbedaan bank syariah dan bank konvensional, yaitu:

1. Dari segi akad dan aspek legalitas.
Akad yang dilakukan bank syariah memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Jika terjadi perselisihan antara nasabah dan bank, maka bank syariah dapat merujuk ke badan Arbitrase Muamalat Indonesia (BAMUI) dimana penyelesaiannya dilakukan berdasarkan hukum Islam.
2. Dari struktur organisasi.
Bank Syariah dapat memiliki struktur yang sama dengan bank konvensional. Namun ada unsur yang membedakannya yaitu harus adanya Dewan Penasehat Syariah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk-produknya sesuai dengan garis-garis Syariah. Keberadaan dewan ini merupakan suatu keniscayaan, bahkan bagi sebuah bank berukuran kecil sekalipun, seperti Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) atau Baitul Mal wa Tanwil (BMT).
3. Berkenaan dengan bisnis usaha yang dibiayai.
Bisnis usaha yang dijalankan oleh para peminjam tidak terlepas dari hukum Islam. Karena itulah, secara tidak langsung perbankan Islam tidak hanya semata-mata institusi ekonomi namun juga institusi yang menjaga moral masyarakat.
4. Berkaitan dengan lingkungan kerja dan budaya perusahaan (*corporate culture*).
Dalam hal etika, sifat amanah dan *shiddiq* harus melandasi setiap pribadi karyawan bank. Sehingga akan tercipta profesionalisme yang berdasarkan Islam. Dalam hal ini reward and punishment yang berlaku dalam perusahaan diperlakukan secara adil dan sesuai dengan syariah.

F. Pengertian Produk

Sebuah produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diperoleh seseorang melalui pertukaran, baik menguntungkan maupun tidak. Untuk kebanyakan orang, istilah produk berarti barang nyata. Namun sesungguhnya jasa dan ide juga termasuk produk. (**Lamb, Hair, Mc Daniel, 2001:414**). Sedangkan menurut **Zulfikar (2003:11)** produk adalah suatu sifat yang komplit baik dapat dipegang maupun tidak dapat dipegang, seperti bungkus,

warna, harga prestise perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Dalam perusahaan pengangkutan, produk yang dihasilkan berbentuk jasa. Adapun ciri-ciri produk yang berbentuk jasa (**Kotler, 2001: 277**), antara lain:

1. Tidak berwujud (*Intangible*)
Produk pelayanan jasa tidak dapat dilihat, tetapi dapat dirasakan dan dinikmati hasilnya.
2. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)
Produk jasa yang dihasilkan dikonsumsi secara bersamaan dengan produksinya. Berbeda dengan barang fisik, bisa diproduksi kemudian disimpan dalam persediaan lalu didistribusikan lewat berbagai penjual dan baru dikonsumsi oleh konsumen.
3. Bervariasi (*Variability*)
Pelayanan jasa bervariasi karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu dilakukan.
4. Tidak tahan lama (*Perishability*)
Jasa tidak bisa disimpan dan tidak tahan lama sehingga tidak dapat dipakai kembali pada masa yang akan datang. Dalam bidang pemasaran jasa akan terjadi permintaan yang berfluktuasi.

Dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa, ada beberapa klasifikasi produk berdasarkan jenis konsumen yang menggunakannya (**Zulfikar, 2003: 11**), yaitu:

1. Produk Konsumen.
Produk konsumen adalah produk yang dibeli konsumen akhirnya untuk konsumsi pribadi. Produk konsumen ini mempunyai perbedaan dalam cara konsumen membelinya, tentunya juga akan berbeda dalam cara pemasaran. Produk konsumen terdiri dari:
 - a. Produk sehari-hari adalah produk-produk dan jasa konsumen yang pembelinya sering, hanya sedikit membanding-bandingkan, dan usaha membelinya minimal. Biasanya harga produk ini rendah dan tempat penjualannya tersebar luas.
 - b. Produk shopping adalah produk konsumen yang lebih jarang dibeli, sehingga pelanggan membandingkan dengan cermat kesesuaian, mutu, harga dan gayanya.
 - c. Produk khusus adalah produk konsumen dengan karakteristik unik atau identifikasi merk yang dicari oleh kelompok besar pembeli sehingga mereka bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya.
 - d. Produk yang tidak dicari adalah produk konsumen yang keberadaannya tidak diketahui oleh konsumen, atau walaupun diketahui biasanya tidak terfikir untuk membelinya.
2. Produk Industri.
Produk industri yaitu barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut dalam suatu bisnis. Terdapat tiga kelompok produk industri yaitu:

- a) Bahan dan suku cadang adalah produk industri yang menjadikan bagaian produk pembeli, lewat pengolahan lebih lanjut atau sebagai komponen.
- b) Barang modal adalah produk industri yang membantu produk produksi atau operasi pembeli.
- c) Perlengkapan dan jasa adalah produk industri yang sama sekali tidak memasuki produk akhir.

Mutu produk adalah salah satu alat penting bagi pemasaran untuk menetapkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi, yaitu tingkat dan konsisten. Ketika mengembangkan suatu produk, pemasar mula-mula harus memiliki tingkat mutu yang mendukung posisi produk dipasar sasaran. Disini mutu produk berarti kemampuan produk untuk dapat melaksanakan fungsinya. Termasuk juga keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dalam mempergunakan kemudian perbaikannya serta atribut lainnya.

Walaupun beberapa dari atribut ini dapat diukur secara objektif. Namun dari sudut pandang pemasaran, mutu harus diukur dari segi persepsi pembeli. Mutu yang tinggi juga bisa diartikan secara konsisten memberikan tingkat mutu yang ditargetkan kepada pelanggan atau tidak adanya kerusakan atau kelainan. Semua perusahaan harus berusaha keras untuk memenuhi konsistensi mutu tingkat tinggi.

G. Pengertian Operasional Variabel Pelayanan

Pelayanan (service) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang bentuknya tidak berwujud serta tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu dan produksinya dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik, **(Kotler, 2000:68)**. Pelayanan atau service merupakan cara promosi secara tidak langsung yang dilakukan oleh bank. Jika pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik maka nasabah akan merasa puas. tentunya hal ini dapat dijadikan alat untuk menarik nasabah lebih banyak lagi, **(Sumarni 2002:226)**.

Pelayanan nasabah merupakan faktor yang penting dalam menghimpun dana masyarakat serta mencerminkan pendekatan seutuhnya dari karyawan bank kepada nasabah.

Pelayanan nasabah juga merupakan sikap menolong, bersahabat dan professional yang memuaskan nasabah. Tentunya hal ini akan menyebabkan nasabah datang kembali untuk berbisnis pada bank tersebut.

Dalam melengkapi pelayanan, bank telah bereksperimen dengan computer modern dan teknologi komunikasi. Hasilnya adalah sistem pemberian jasa yang menyenangkan untuk industri perbankan, konsumen dan perseroan. Jasa tersebut meliputi :

1. Jasa pembayaran komputerisasi (pemindahan dana yang dikontrol oleh komputer). untuk melengkapi pemakaian cek dan uang
2. Jasa penyetoran dan pengambilan otomatis yang memakai terminal jarak jauh atau *Automatic Teller Machine* (ATM). (Sumarni, 2002:46)

Kotler (dalam Alma, 2007:284) mengungkapkan, ada lima faktor dominan dalam penentu kualitas jasa. Faktor ini disingkat dengan TERRA, yaitu

1. *Tangible*, meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian serta kenyamanan ruangan, kelengkapan alat komunikasi dan penampilan karyawan.
2. *Empaty*, yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan pelanggan, termasuk juga usaha perusahaan untuk berkomunikasi dengan pelanggan serta usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan.
3. *Reliability*, yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan
4. *Responsiveness*, yaitu respon atau kesedian karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan keluhan pelanggan.
5. *Assurance*, Meliputi kemampuan karyawan tentang pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan dan pemanfaatan jasa yang ditawarkan serta kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

H. Kualitas Jasa

Dalam menentukan tingkat kepuasan, seorang konsumen sering kali melihat nilai lebih dari satuan produk maupun kinerja pelayanan yang diterima dari satu proses pembelian produk atau jasa (Lupiyoadi, 2006:174). Nilai yang diberikan konsumen sangat kuat, karena

didasari oleh faktor kualitas jasa. Kualitas jasa adalah sejauh mana jasa tersebut memenuhi spesipekasinya.

Kualitas menurut *ISO 9000* adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang interen dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini adalah kebutuhan atau harapan yang biasanya tersirat atau wajib. Jadi kualitas menurut *ISO 9000* merupakan panduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Menurut *American Society For Quality Control* kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. (**Lupiyoadi, 2001:148**)

I. Diferensiasi Pelayanan

Suatu perusahaan banyak mempunyai jenis usaha yang sama. Namun setiap perusahaan tersebut memiliki cara atau nilai lebih dari yang lain (*Better Than Other*). Sehingga perusahaan tersebut menjadi pemimpin pasar. Kunci kesuksesan sering terletak pada peningkatan pelayanan dan mutu. Pembeda pelayanan utama, (**Kotler :2001: 398**) antara lain adalah:

- a. Penyerahan, yaitu produk atau jasa yang diserahkan kepada pelanggan sebaiknya harus meliputi kecepatan, ketepatan, dan perhatian selama proses penyerahan.
- b. Instalasi, yaitu suatu tindakan yang dilakukan supaya produk dapat bekerja ditempatnya.
- c. Pelatihan pelanggan, yang bertujuan agar pelanggan dapat menggunakan produk dengan baik dan efisien.
- d. Jasa konsultasi yaitu jasa data, informasi, sistem, dan saran yang diberikan perusahaan kepada konsumen.

J. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Marlinda (2007) pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Ummat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru, ditemukan bahwa PT. Bank Muamalat ingin meningkatkan persaingan yang begitu ketat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas

pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah tabungan ummat pada PT.Bank Muamalat Indonesia. Penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah yang menabung di tabungan Ummat pada PT. Bank Muamalat Indonesia, dengan jumlah sampel 100 responden dari 6.346 responden. Metode yang digunakan adalah Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan Kuesioner dan Interview. Analisa yang digunakan adalah analisa kuantitatif dengan metode Regresi Linier berganda.

Dari hasil penelitian tersebut, diketahui bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan Ummat pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari nilai **R Square** sebesar 78.3% yang merupakan kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik, keandalan ,ketanggapan, jaminan, dan empati. Dalam Penelitian ini menyarankan kepada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru agar melaksanakan pelayanan dengan jadwal yang telah disusun, ketepatan waktu, sikap simpati kepada nasabah, serta desain interior dan kebersihan ruangan bank diutamakan. Begitu juga dengan kinerja karyawannya, disarankan untuk memberikan pelatihan kepada karyawan bank.

Penelitian sejenis yang lain dilakukan oleh Nurliza dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Tabungan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru pada tahun 2003. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor kualitas pelayanan jasa terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Manfaatnya adalah sebagai informasi bagi manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru dalam menyusun strategi bank untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah nasabah. Metode penelitian ini adalah metode *Survey* dengan menggunakan alat pengumpul data berupa Kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

Deskriptif dan Kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan Regresi Linier sederhana.

Dari hasil penelitian tersebut diperoleh regresi $Y = a + bx$. Maksudnya adalah kualitas pelayanan jasa tabungan (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, dan empati) tidak mempunyai pengaruh yang bermakna terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Berdasarkan nilai hitung dari t hitung tersebut dapat dilihat bahwa ternyata t hitung lebih kecil dari t tabel ($t_o = 0.719 > t_{tabel} = 1.701$) hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan jasa tabungan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Jadi kesimpulannya adalah meningkatnya jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru tidak hanya di pengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan jasa tetapi dari variabel bebas lainnya yang tidak diamati dalam penelitian. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya R sebesar 0,0181. Artinya adalah variabel bebas berpengaruh pada variabel terikatnya yaitu jumlah penabung sebesar 1,18 %. Oleh karena itu PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru harus melakukan diversifikasi strategi pemasaran dalam meningkatkan jumlah penabungnya, seperti melakukan promosi dan sosialisasi tentang sistem bagi hasil yang bebas riba, memperluas jaringan dan membangun *Rating* yang strategis lokasinya serta menyediakan produk-produk jasa perbankan yang terbaru sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Penelitian yang lain lagi dilakukan oleh Tarmizi (2009). Mahasiswa UIN Suska Riau ini meneliti tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru tahun 2009. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *Survey* dengan menggunakan alat pengumpul data berupa Kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

Deskriptif dan Kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan Regresi Linier sederhana.

Dari Hasil penelitian tersebut diketahui bahwa Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kesalahan 5%. Dari uji determinasi (R^2) yang diperoleh dengan nilai R Square yaitu 0.412. Ini menunjukkan bahwa 41.2% fluktuasi jumlah penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang pekanbaru dipengaruhi Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*). Sisanya sebanyak 58.8% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti promosi, produk, pesaing, dan lokasi perusahaan (*Place*) yang tidak diamati dalam penelitian ini. Kesimpulannya adalah kualitas pelayanan pada PT.bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru sudah dikatakan baik dengan hasil yang diperoleh dari tanggapan responden tentang kepuasan pelayanan sangat setuju 69 orang (69%),setuju 31 orang (31%)

K. Hipotesis

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dibuat hipotesa penelitian yakni: Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

L. Variabel Penelitian

1. Variabel dependen atau variabel Y adalah Kepuasan konsumen
2. Variabel Independen atau variabel X adalah:

X_1 = *Tangible* atau bukti fisik

X_2 = *Reliability* atau keandalan

X_3 = *Responsiveness* atau ketanggapan

$X_4 = Assurance$ atau jaminan

$X_5 = Empathy$ atau perhatian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang beralamat Jl. Tuanku Tambusai No.320 Pekanbaru penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2009 sampai dengan selesai.

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan kedalam dua kelompok data:

1. Data Primer

Yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun wawancara secara langsung dengan pihak Bank dan nasabah serta penyebaran angket kepada responden

2. Data Sekunder

Yaitu data yang telah diolah dan disiapkan oleh pihak Bank berupa data jumlah dan jenis pekerjaan nasabah, sejarah singkat perusahaan, struktur perusahaan, serta aktivitas perusahaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara (*interview*)

Yaitu dengan mengadakan wawancara kepada pihak pimpinan maupun karyawan perusahaan tentang masalah yang diteliti.

2. Kuesioner

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan daftar pertanyaan dan diajukan kepada nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang disebut dengan responden.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu serta ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah nasabah pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru dalam priode 2006 s/d 2008.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Untuk menentukan sampel, maka penulis menerapkan teori Slovin. Sebagai berikut:

Keterangan :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

$$n = \frac{5.773}{1 + 5.773(10\%)^2}$$

$$n = \frac{5.773}{1 + 5.773(0.01)}$$

$$n = \frac{5.773}{1 + 57.73}$$

$$n = \frac{5.773}{58.73}$$

$$n = 98.29 = 100$$

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan sebesar 100 nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Aksidental Sampling*. Artinya teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang didapat dari penelitian bersifat kualitatif. Untuk merubahnya menjadi data kuantitatif, maka data yang bersifat kualitatif itu diberi skala. Kategori yang digunakan berdasarkan *skala likers*, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5
- b. Setuju (S) diberi nilai 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberi nilai 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

Untuk pertanyaan yang negatif, penelitian dilakukan dengan cara sebaliknya. Seperti pernyataan untuk alternatif jawaban sangat setuju diberi nilai 1 dan untuk sangat tidak setuju diberi nilai 5.

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Suatu angket dikatakan *valid* (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Validitas alat ukur sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini berarti bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sebagai validitas akan meningkatkan kebenaran data yang diinginkan peneliti. Tujuan dari validitas adalah untuk melihat seberapa jauh butir-butir (variabel) yang diukur menyatu satu sama lainnya.

Untuk menguji validitas data terdapat bermacam-macam pengujian, dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan korelasi bivariate (*Pearson Correlation*) antara masing-masing skor pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Skor instrumen dikatakan valid apabila

nilai r hasil *pearson correlation* $> r$ kritis 0,30, artinya alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid. (Sugiono, 2003)

2. Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas atau keandalan suatu instrumen penelitian (kuesioner) ini perlu dilakukan pengujian diawal suatu analisis sebelum dilakukan pengujian selanjutnya. Tujuannya adalah untuk menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden terhadap kuesioner yang diajukan. Karena apabila ada uji reliabilitas ini menunjukkan tingkat konsistensi rendah maka kemungkinannya adalah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tidak dipahami atau dimengerti oleh responden. Sehingga bila diajukan pada waktu yyang berbeda, jawabannya pun akan berbeda.

Menurut Nunnaly untuk mengukur reliabilitas bisa menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Artinya dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2005: 42).

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Husein, 2008: 79). Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kolmogorof-smirnof*. Kriteria ujinya adalah jika setiap variabel menghasilkan K-S-Z dengan P value / sig. (2-tailed) $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data normal dan sebaliknya. (Ghozali, 2005: 111)

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan

kesimpulan maka digunakan asumsi klasik. Jika asumsi klasik tidak terpenuhi maka variabel-variabel yang menjelaskan menjadi tidak efisien.

Model regresi yang diperoleh dari metode OLS (*Ordinary Least Square Method*). Yaitu merupakan metode regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear unbiased Estimator/BLUE*). Kondisi ini akan terjadi jika terpenuhi beberapa asumsi yang disebut asumsi klasik.

1. Multikolinearitas

Metode ini digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas maka digunakan rumus *Varian Inflation Factor* (*VIF*) yang merupakan kebalikan dari toleransi, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1-R^2)}$$

Dimana R^2 merupakan koefisien determinasi. Asumsi multikolinearitas terpenuhi jika nilai VIF pada Output SPSS dibawah 10 dan memiliki nilai positif. Karena $VIF = 1/Tolerance$, maka asumsi bebas multikolinearitas juga dapat ditentukan jika nilai *tolerance* diatas 0,10 (Ghozali, 2005: 92)

2. Heteroskedastisitas

Fungsinya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residualnya tetap, maka tidak ada heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika membentuk pola tertentu, maka terdapat heteroskedastisitas. Jika titik-titiknya menyebar, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

F. Analisis Data

Pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam model analisis penelitian ini bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket. Karena semua jawaban tersebut bersifat kualitatif, maka dalam analisis sifat kualitatif tersebut diberi nilai agar menjadi data kuantitatif.

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode Regresi Linier Berganda. Yaitu analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen ditunjukkan dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan : Y = Kepuasan Konsumen

 a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien Regresi

X_1 = Bukti fisik (tangibles)

X_2 = Keandalan (reliability)

X_3 = Daya tangkap (responsiveness)

X_4 = Jaminan (assurance)

X_5 = Empati (empathy)

 e = Variabel error

Untuk mengetahui kontribusi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terdapat variasi Y digunakan uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2). Nilai R^2 ini mempunyai range 0 (nol) sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik hasil regresi tersebut dan semakin besar mendekati 0 (nol) maka variabel secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Maka untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, digunakan uji Simultan (Uji F). Pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh

secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk membuktikan hal tersebut, maka dilakukan uji F.

Pengambilan keputusan pada uji F dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara:

1. Uji F dengan menggunakan uji signifikansi berdasarkan kriteria: **(Ghozali, 2005: 58)**
 - b. Jika (P value / sig) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a ditolak.
 - c. Jika (P value / sig) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
2. Uji F dengan menggunakan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} berdasarkan kriteria: H_0 dapat diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_a dapat diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Baik secara individual atau parsial. Untuk mengetahui variabel-variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat dengan mengukur derajat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya bersifat konstan.

Pengambilan keputusan pada uji Parsial (uji T) dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara:

1. Uji T dengan menggunakan uji signifikan berdasarkan kriteria: **(Ghozali, 2005: 58)**
 - a. Jika (P value / sig) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima.
 - b. Jika (P value / sig) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

Oleh karena data yang didapat dari peneliti bersifat kualitatif, maka data yang bersifat kualitatif itu diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Kategori yang

digunakan berdasarkan *skala likers*, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (ST) diberi nilai 5
- 2) Setuju (S) diberi nilai 4
- 3) Kurang Setuju (KS) diberi nilai 3
- 4) Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

Untuk pertanyaan yang negatif (*) penilaian dilakukan dengan cara sebaliknya, seperti pernyataan untuk alternatif jawaban sangat setuju diberi nilai 1 dan untuk sangat tidak setuju diberi nilai 5.

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (*kuesioner*) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada *kuesioner* yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan (Husein, 2008: 54). Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Jika korelasi antara masing-masing indikator variabel terhadap total skor konstruk atau variabel menunjukkan hasil yang signifikan, hasil signifikan tersebut ditunjukkan dengan tanda bintang. Hal ini dapat dikatakan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Tanda bintang dua (**) menunjukkan korelasi signifikan 0,01 sedangkan tanda bintang satu (*) menunjukkan korelasi signifikan 0,05 (Ghozali, 2005: 47).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang memang

benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berlaki-kali pada waktu yang berbeda, pengujian ini menggunakan metode *alpha*. Pada uji reliabilitas sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbachs Alpha $> 0,60$. Nilai alpha yang digunakan sebagai indikator secara umum menggunakan batas 0,60 (Ghozali, 2007 : 42).

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. (Husein, 2008: 79). Uji normalitas data yang digunakan dalam penleitian ini adalah *kolmogorof - smirnof*, kriteria ujinya adalah jika setiap variabel menghasilkan *K-S-Z* dengan P value / Sig. (2-Tailed) $> 0,05$ hal ini menunjukan bahwa data normal dan sebaliknya (Ghozali, 2005: 111 – 115).

Dalam penelitian ini perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 12 dan hasilnya akan disajikan dalam bab pembahasan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang beralamat Jl. Tuanku Tambusai No.320 Pekanbaru penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2009 sampai dengan selesai.

B. Jenis dan Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini dapat dikelompokkan kedalam dua kelompok data:

1. Data Primer

Yaitu data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu maupun wawancara secara langsung dengan pihak Bank dan nasabah serta penyebaran angket kepada responden

2. Data Sekunder

Yaitu data yang telah diolah dan disiapkan oleh pihak Bank berupa data jumlah dan jenis pekerjaan nasabah, sejarah singkat perusahaan, struktur perusahaan, serta aktivitas perusahaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara (*interview*)

Yaitu dengan mengadakan wawancara kepada pihak pimpinan maupun karyawan perusahaan tentang masalah yang diteliti.

2. Kuesioner

Yaitu suatu teknik pengumpulan data yang menggunakan daftar pertanyaan dan diajukan kepada nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang disebut dengan responden.

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu serta ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Data yang menjadi populasi untuk penelitian ini adalah nasabah pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru dalam priode 2006 s/d 2008.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi. Untuk menentukan sampel, maka penulis menerapkan teori Slovin. Sebagai berikut:

Keterangan :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

$$n = \frac{5.773}{1 + 5.773(10\%)^2}$$

$$n = \frac{5.773}{1 + 5.773(0.01)}$$

$$n = \frac{5.773}{1 + 57.73}$$

$$n = \frac{5.773}{58.73}$$

$$n = 98.29 = 100$$

Jadi, jumlah sampel yang diperlukan sebesar 100 nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Sedangkan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *Aksidental Sampling*. Artinya teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

Data yang didapat dari penelitian bersifat kualitatif. Untuk merubahnya menjadi data kuantitatif, maka data yang bersifat kualitatif itu diberi skala. Kategori yang digunakan berdasarkan *skala likers*, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) diberi nilai 5
- b. Setuju (S) diberi nilai 4
- c. Kurang Setuju (KS) diberi nilai 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

Untuk pertanyaan yang negatif, penelitian dilakukan dengan cara sebaliknya. Seperti pernyataan untuk alternatif jawaban sangat setuju diberi nilai 1 dan untuk sangat tidak setuju diberi nilai 5.

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (kuesioner) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Suatu angket dikatakan *valid* (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Validitas alat ukur sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini berarti bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sebagai validitas akan meningkatkan kebenaran data yang diinginkan peneliti. Tujuan dari validitas adalah untuk melihat seberapa jauh butir-butir (variabel) yang diukur menyatu satu sama lainnya.

Untuk menguji validitas data terdapat bermacam-macam pengujian, dalam penelitian ini pengujian validitas menggunakan korelasi bivariate (*Pearson Correlation*) antara masing-masing skor pertanyaan dengan total skor pertanyaan. Skor instrumen dikatakan valid apabila

nilai r hasil *pearson correlation* $> r$ kritis 0,30, artinya alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data valid. (Sugiono, 2003)

2. Uji Reliabilitas

Suatu angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas atau keandalan suatu instrumen penelitian (kuesioner) ini perlu dilakukan pengujian diawal suatu analisis sebelum dilakukan pengujian selanjutnya. Tujuannya adalah untuk menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden terhadap kuesioner yang diajukan. Karena apabila ada uji reliabilitas ini menunjukkan tingkat konsistensi rendah maka kemungkinannya adalah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner tidak dipahami atau dimengerti oleh responden. Sehingga bila diajukan pada waktu yang berbeda, jawabannya pun akan berbeda.

Menurut Nunnally untuk mengukur reliabilitas bisa menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. Artinya dikatakan reliabel apabila *cronbach alpha* $> 0,60$ (Ghozali, 2005: 42).

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Husein, 2008: 79). Uji normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *kolmogorof-smirnof*. Kriteria ujinya adalah jika setiap variabel menghasilkan K-S-Z dengan $P \text{ value / sig. (2-tailed)} > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data normal dan sebaliknya. (Ghozali, 2005: 111)

4. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat digunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan

kesimpulan maka digunakan asumsi klasik. Jika asumsi klasik tidak terpenuhi maka variabel-variabel yang menjelaskan menjadi tidak efisien.

Model regresi yang diperoleh dari metode OLS (*Ordinary Least Square Method*). Yaitu merupakan metode regresi yang menghasilkan estimator linear tidak bias yang terbaik (*Best Linear unbiased Estimator/BLUE*). Kondisi ini akan terjadi jika terpenuhi beberapa asumsi yang disebut asumsi klasik.

1. Multikolinearitas

Metode ini digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas maka digunakan rumus *Varian Inflation Factor* (*VIF*) yang merupakan kebalikan dari toleransi, sehingga dapat diformulasikan sebagai berikut:

$$VIF = \frac{1}{(1-R^2)}$$

Dimana R^2 merupakan koefisien determinasi. Asumsi multikolinearitas terpenuhi jika nilai VIF pada Output SPSS dibawah 10 dan memiliki nilai positif. Karena $VIF = 1/Tolerance$, maka asumsi bebas multikolinearitas juga dapat ditentukan jika nilai *tolerance* diatas 0,10 (Ghozali, 2005: 92)

2. Heteroskedastisitas

Fungsinya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residualnya tetap, maka tidak ada heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika membentuk pola tertentu, maka terdapat heteroskedastisitas. Jika titik-titiknya menyebar, maka tidak terdapat heteroskedastisitas.

F. Analisis Data

Pengukuran variabel-variabel yang terdapat dalam model analisis penelitian ini bersumber dari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam angket. Karena semua jawaban tersebut bersifat kualitatif, maka dalam analisis sifat kualitatif tersebut diberi nilai agar menjadi data kuantitatif.

Dalam menganalisis data yang diperoleh dari kegiatan penelitian ini, penulis menggunakan metode Regresi Linier Berganda. Yaitu analisis tentang hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen ditunjukkan dengan persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan : Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4, b_5 = Koefisien Regresi

X_1 = Bukti fisik (tangibles)

X_2 = Keandalan (reliability)

X_3 = Daya tangkap (responsiveness)

X_4 = Jaminan (assurance)

X_5 = Empati (empathy)

e = Variabel error

Untuk mengetahui kontribusi variabel X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 terdapat variasi Y digunakan uji Koefisien Determinasi Berganda (R^2). Nilai R^2 ini mempunyai range 0 (nol) sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 maka semakin baik hasil regresi tersebut dan semakin besar mendekati 0 (nol) maka variabel secara keseluruhan tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

Maka untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat, digunakan uji Simultan (Uji F). Pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh

secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk membuktikan hal tersebut, maka dilakukan uji F.

Pengambilan keputusan pada uji F dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara:

1. Uji F dengan menggunakan uji signifikansi berdasarkan kriteria: **(Ghozali, 2005: 58)**
 - b. Jika (P value / sig) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a ditolak.
 - c. Jika (P value / sig) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.
2. Uji F dengan menggunakan perbandingan F_{hitung} dengan F_{tabel} berdasarkan kriteria: H_0 dapat diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_a dapat diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen.

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Baik secara individual atau parsial. Untuk mengetahui variabel-variabel bebas yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel terikat dengan mengukur derajat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya bersifat konstan.

Pengambilan keputusan pada uji Parsial (uji T) dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara:

1. Uji T dengan menggunakan uji signifikan berdasarkan kriteria: **(Ghozali, 2005: 58)**
 - a. Jika (P value / sig) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima.
 - b. Jika (P value / sig) > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

Oleh karena data yang didapat dari peneliti bersifat kualitatif, maka data yang bersifat kualitatif itu diberi skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Kategori yang

digunakan berdasarkan *skala likers*, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Sangat Setuju (ST) diberi nilai 5
- 2) Setuju (S) diberi nilai 4
- 3) Kurang Setuju (KS) diberi nilai 3
- 4) Tidak Setuju (TS) diberi nilai 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi nilai 1

Untuk pertanyaan yang negatif (*) penilaian dilakukan dengan cara sebaliknya, seperti pernyataan untuk alternatif jawaban sangat setuju diberi nilai 1 dan untuk sangat tidak setuju diberi nilai 5.

Untuk menentukan batas-batas kebenaran ketepatan alat ukur (*kuesioner*) suatu indikator variabel penelitian dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada *kuesioner* yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan (Husein, 2008: 54). Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Jika korelasi antara masing-masing indikator variabel terhadap total skor konstruk atau variabel menunjukkan hasil yang signifikan, hasil signifikan tersebut ditunjukkan dengan tanda bintang. Hal ini dapat dikatakan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid. Tanda bintang dua (**) menunjukkan korelasi signifikan 0,01 sedangkan tanda bintang satu (*) menunjukkan korelasi signifikan 0,05 (Ghozali, 2005: 47).

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan data sehingga dapat menghasilkan data yang memang

benar-benar sesuai dengan kenyataan dan dapat digunakan berlaki-kali pada waktu yang berbeda, pengujian ini menggunakan metode *alpha*. Pada uji reliabilitas sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbachs Alpha $> 0,60$. Nilai alpha yang digunakan sebagai indikator secara umum menggunakan batas 0,60 (Ghozali, 2007 : 42).

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. (Husein, 2008: 79). Uji normalitas data yang digunakan dalam penleitian ini adalah *kolmogorof - smirnof*, kriteria ujinya adalah jika setiap variabel menghasilkan *K-S-Z* dengan P value / Sig. (2-Tailed) $> 0,05$ hal ini menunjukan bahwa data normal dan sebaliknya (Ghozali, 2005: 111 – 115).

Dalam penelitian ini perhitungan dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 12 dan hasilnya akan disajikan dalam bab pembahasan.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

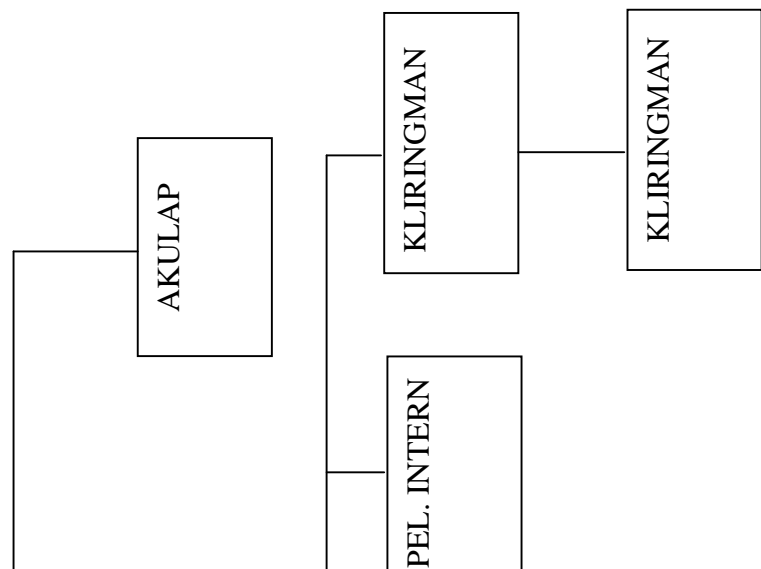
A. Sejarah Singkat Perusahaan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1992. Pembukaan BRI dengan prinsip Syariah berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan (Revisi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang nomor 7 tahun 1992). Kemudian dikeluarkan surat keputusan Direksi BI Nomor 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang bank umum berdasarkan prinsip syariah serta peraturan Bank Indonesia dengan nomor 4/I/PBI/2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi umum berdasarkan prinsip syariah dan pembukaan kantor bank berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional.

Seiring dengan perkembangan perbankan syariah pada Bank Rakyat Indonesia, maka didirikan kantor-kantor cabang BRI Syariah di beberapa kota di Indonesia. Diantaranya adalah BRI Kantor cabang Pekanbaru. Hal ini juga bertujuan untuk menunjang misi yang dijalankan, yaitu dalam rangka memberdayakan ekonomi umat melalui perbankan syariah yang mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah. Sejak beroperasi pada tahun 2005 perkembangan bank syariah ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, baik dari produk pelayanan perbankan syariah maupun dari fasilitas pelayanan lainnya.

A. Struktur Organisasi

Seperti halnya pada perusahaan atau lembaga keuangan lainnya, maka untuk menunjang operasional agar berlangsung secara efektif dan efisien maka digunakan suatu struktur organisasi. Struktur organisasi ini juga akan menjamin tercapainya tujuan-tujuan yang telah diterapkan secara optimal. Adapun struktur organisasi yang diterapkan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah struktur organisasi garis dan staf, seperti yang dapat pada gambar 4.1, sebagai berikut:



Gambar 4.1, Bagan Stuktur Organisasi BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Penjelasan kewenangan dan tugas-tugas yang dimiliki setiap bidang dan unit kerja yang ada di BRI Syariah Cabang Pekanbaru tersebut sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang (Pinca)

- a) Memprakarsai, merekomendasi dan memutus pembiayaan (pembiayaan baru, suplesi, review pembiayaan, restrukturisasi, dan penyelesaian pembiayaan bermasalah) sesuai dengan kewenangannya.
- b) Menolak dan menyetujui permohonan nasabah yang mengajukan fasilitas pembiayaan.
- c) Melakukan negosiasi dengan calon nasabah.

- d) Memutus tingkat Nisbah pembiayaan sesuai dengan kewenangannya.
- e) Menerbitkan dan memberikan wewenang bayar tunai dan kliring, overbooking (pengecekan dan pengesahan) kepada pekerja kantor cabang dan unit kerja dibawahnya.
- f) Melakukan persetujuan bayar tunai overbooking, kliring baik pada bukti pembukuan maupun pada system sesuai kewenangannya.
- g) Menandatangani akad pembiayaan dengan nasabah sesuai kewenangannya.
- h) Menandatangani tanda penyerahan bukti kepemilikan agunan.

2. Asisten Manajer Operasional (AMO) Supervisor Pelayanan

- a) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian serta penandatanganan dokumen pembiayaan sebelum direalisir.
- b) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian serta menyetujui/mendatangi intruksi realisasi pembiayaan.
- c) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian formulir isian pembukaan rekening piutang pembiayaan.
- d) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran berkas pembiayaan sebelum disimpan.
- e) Mengaktifkan rekening piutang pembiayaan.
- f) Mencocokkan bukti pembukuan dengan daftar mutasi harian dan menandatangani.
- g) Meng-update informasi data nasabah.

3. Petugas Unit Pelayanan Nasabah (UPN)

- a) Membantu para nasabah dalam pengisian aplikasi permohonan pembiayaan.
- b) Menyampaikan informasi kegiatan rekening kepada nasabah yang bersangkutan.

4. Petugas Administrasi Pembiayaan (ADP)

- a) Menyiapkan, memeriksa serta meminta tandatangan nasabah pada pembiayaan antara bank dan nasabah.
- b) Menyiapkan intruksi realisasi pembiayaan setelah semua persyaratan pembiayaan terpanuhi.
- c) Meng-antri data statis pembiayaan dan mengolah data portofolio pembiayaan.
- d) Mengelola register dan dokumen yang berkaitan dengan pembiayaan.
- e) Menyimpan dan mengelola berkas pembiayaan.
- f) Menyiapkan tanda penyerahan bukti kepemilikan agunan.
- g) Menyerahkan bukti kepemilikan agunan pada nasabah setelah lunas.
- h) Mengelola register nasabah dan register permohonan pembiayaan.
- i) Menyajikan informasi pembiayaan yang diperlukan oleh intern maupun ekstern.

5. Teller

- a) Menerima uang setoran dan mencocokkan dengan tanda tangan setoran.
- b) Membayarkan uang kepada nasabah yang berhak.
- c) Melaksanakan fungsi checker atas transaksi sesuai kewenangannya.
- d) Mengesahkan dalam sistem dan menandatangani bukti kas atas transaksi pembayaran tunai yang ada dalam batas kewenangannya.
- e) Meneliti keabsahan bukti kas dan membukukan transaksi sesuai kewenangannya.
- f) Mencocokkan bukti pembukuan dengan daftar mutasi harian dan menandatangani.

6. Account Officer (AO)

- a) Memeriksa kelengkapan dan meminta nasabah melengkapi persyaratan pembiayaan.

- b) Melakukan pemeriksaan usaha nasabah secara administrasi dan lapangan.
- c) Bertindak sebagai pejabat pemeriksa pembiayaan.
- d) Bertindak sebagai pejabat rekomendasi untuk pembiayaan yang diprakarsai AO lainnya.
- e) Melaksanakan judgement yang mandiri sesuai wewenang yang diberikan pimpinan cabang.
- f) Melakukan negosiasi dengan nasabah dalam rangka pemberian penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan.

7. Petugas Data Entry

- a) Memeriksa kebenaran bukti pembukuan dengan dokumen sumber.
- b) Mencocokkan kebenaran paraf pada dokumen sumber dan kebenaran tanda tangan maker pada bukti pembukuan dengan specimen paraf dan tanda tangan maker yang bersangkutan.
- c) Membuku semua transfer overbooking kesistem komputer.
- d) Menandatangani daftar mutasi harian transaksi overbooking sebagai maker.

B. Aktivitas Perusahaan

Sebagai suatu lembaga keuangan yang menyelenggarakan pelayanan jasa perbankan dengan berlandaskan pada prinsip Syariah, BRI Syariah Cabang Pekanbaru menyediakan produk-produk perbankan yang sesuai syariah Islam. Adapun produk perbankan syariah yang disediakan bagi para nasabah antara lain adalah:

1. Penghimpun Dana

- a) Prinsip Wadi'ah

Al-wadi'ah merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki.

- b) Prinsip Mudharabah

Mudharabah merupakan akad antara pemilik modal (shaibul maal) dengan pengelola (mudharib) untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan yang dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati diawal akad.

Prinsip mudharabah dibagi dua, yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah.

2. Penyaluran Dana

a. Prinsip Jual-Beli (Ba'i), yang meliputi:

1. Murabahah: adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya pada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.
2. Istisna: yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati.
3. Salam: ialah jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan persyaratan-persyaratan tertentu.

b. Prinsip Sewa Beli (Ijarah wa Iqtina/ Ijarah Muntahiyah Bitamlik)

c. Prinsip Bagi Hasil (Syirkah), yang meliputi :

1. Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
2. Mudharabah Mutlaqah ialah pemberian wewenang penuh kepada pengelola/ bank untuk mengelola dana tanpa terikat waktu, tempat maupun jenis usahanya.

3. Mudharabah Muqayyadah merupakan akad antara pemilik modal (Sahibul Maal) dengan pengelola (Mudharib), dimana shahibul maal menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank. Untuk itu bank wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

3. Jasa Perbankan, yang meliputi

- a. Qardh (pinjaman dengan kewajiban pengembalian pokok saja)
- b. Hiwalah (anjak piutang)
- c. Rahn (gadai)
- d. Wakalah (agency) yaitu akad pemberian kuasa dari pemberi kuasa (Muwakkil) kepada penerima kuasa (Wakil) untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa.
- e. Sharf (Jual beli Valuta Asing) yaitu jual beli valuta asing sesuai dengan prinsip syariah.
- f. Kafalah (garansi bank) ialah akad pemberi jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain dimana pemberi jaminan bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu hutang yang menjadi hak penerima jaminan
- g. Ijarah (Sewa) yaitu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan.
- h. Wadi'ah Amanah (Titipan) yaitu jasa penyimpanan barang, dimana bank memperoleh imbalan atas jasa tersebut dan bank tidak boleh memanfaatkan barang yang dititipkan tersebut.

Adapun yang bertugas untuk mengawasi kegiatan usaha bank syariah agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah

Nasional (DSN) adalah pihak Dewan Pengawas Syariah (DSP). DPS adalah badan independen yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) pada bank, dimana anggotanya terdiri dari para pakar dibidang syariah muamalah yang juga memiliki pengetahuan umum bidang perbankan. Selain itu DPS mempunyai fungsi :

1. Sebagai penasehat dan pemberi saran kepada direksi, pimpinan unit usaha syariah dan pimpinan kantor cabang syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan aspek syariah.
2. Sebagai mediator antara pihak bank dan Dewan Syariah Nasional (DSN).
3. Sebagai perwakilan Dewan Syariah Nasional (DSN) yang ditempatkan pada bank.

Dewan Syariah Nasional (DSN) itu sendiri merupakan bagian dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tugasnya adalah untuk menumbuh kembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan perekonomian pada umumnya dan sektor keuangan pada khususnya. Termasuk usaha bank, asuransi, dan reksadana.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

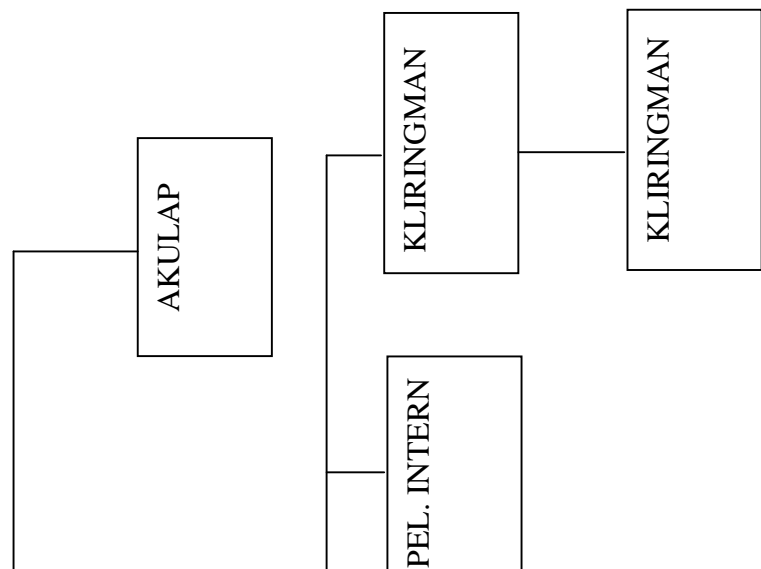
A. Sejarah Singkat Perusahaan

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah dimulai sejak tahun 1992. Pembukaan BRI dengan prinsip Syariah berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan (Revisi Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang nomor 7 tahun 1992). Kemudian dikeluarkan surat keputusan Direksi BI Nomor 32/34/KEP/DIR tanggal 12 Mei 1999 tentang bank umum berdasarkan prinsip syariah serta peraturan Bank Indonesia dengan nomor 4/I/PBI/2002 tentang perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi umum berdasarkan prinsip syariah dan pembukaan kantor bank berdasarkan prinsip syariah oleh bank umum konvensional.

Seiring dengan perkembangan perbankan syariah pada Bank Rakyat Indonesia, maka didirikan kantor-kantor cabang BRI Syariah di beberapa kota di Indonesia. Diantaranya adalah BRI Kantor cabang Pekanbaru. Hal ini juga bertujuan untuk menunjang misi yang dijalankan, yaitu dalam rangka memberdayakan ekonomi umat melalui perbankan syariah yang mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah. Sejak beroperasi pada tahun 2005 perkembangan bank syariah ini telah mengalami perkembangan yang cukup pesat, baik dari produk pelayanan perbankan syariah maupun dari fasilitas pelayanan lainnya.

A. Struktur Organisasi

Seperti halnya pada perusahaan atau lembaga keuangan lainnya, maka untuk menunjang operasional agar berlangsung secara efektif dan efisien maka digunakan suatu struktur organisasi. Struktur organisasi ini juga akan menjamin tercapainya tujuan-tujuan yang telah diterapkan secara optimal. Adapun struktur organisasi yang diterapkan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah struktur organisasi garis dan staf, seperti yang dapat pada gambar 4.1, sebagai berikut:



Gambar 4.1, Bagan Stuktur Organisasi BRI Syariah Cabang Pekanbaru

Penjelasan kewenangan dan tugas-tugas yang dimiliki setiap bidang dan unit kerja yang ada di BRI Syariah Cabang Pekanbaru tersebut sebagai berikut:

1. Pimpinan Cabang (Pinca)

- a) Memprakarsai, merekomendasi dan memutus pembiayaan (pembiayaan baru, suplesi, review pembiayaan, restrukturisasi, dan penyelesaian pembiayaan bermasalah) sesuai dengan kewenangannya.
- b) Menolak dan menyetujui permohonan nasabah yang mengajukan fasilitas pembiayaan.
- c) Melakukan negosiasi dengan calon nasabah.

- d) Memutus tingkat Nisbah pembiayaan sesuai dengan kewenangannya.
- e) Menerbitkan dan memberikan wewenang bayar tunai dan kliring, overbooking (pengecekan dan pengesahan) kepada pekerja kantor cabang dan unit kerja dibawahnya.
- f) Melakukan persetujuan bayar tunai overbooking, kliring baik pada bukti pembukuan maupun pada system sesuai kewenangannya.
- g) Menandatangani akad pembiayaan dengan nasabah sesuai kewenangannya.
- h) Menandatangani tanda penyerahan bukti kepemilikan agunan.

2. Asisten Manajer Operasional (AMO) Supervisor Pelayanan

- a) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian serta penandatanganan dokumen pembiayaan sebelum direalisir.
- b) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian serta menyetujui/mendatangi intruksi realisasi pembiayaan.
- c) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran pengisian formulir isian pembukaan rekening piutang pembiayaan.
- d) Memeriksa kelengkapan dan kebenaran berkas pembiayaan sebelum disimpan.
- e) Mengaktifkan rekening piutang pembiayaan.
- f) Mencocokkan bukti pembukuan dengan daftar mutasi harian dan menandatangani.
- g) Meng-update informasi data nasabah.

3. Petugas Unit Pelayanan Nasabah (UPN)

- a) Membantu para nasabah dalam pengisian aplikasi permohonan pembiayaan.
- b) Menyampaikan informasi kegiatan rekening kepada nasabah yang bersangkutan.

4. Petugas Administrasi Pembiayaan (ADP)

- a) Menyiapkan, memeriksa serta meminta tandatangan nasabah pada pembiayaan antara bank dan nasabah.
- b) Menyiapkan intruksi realisasi pembiayaan setelah semua persyaratan pembiayaan terpanuhi.
- c) Meng-antriy data statis pembiayaan dan mengolah data portofolio pembiayaan.
- d) Mengelola register dan dokumen yang berkaitan dengan pembiayaan.
- e) Menyimpan dan mengelola berkas pembiayaan.
- f) Menyiapkan tanda penyerahan bukti kepemilikan agunan.
- g) Menyerahkan bukti kepemilikan agunan pada nasabah setelah lunas.
- h) Mengelola register nasabah dan register permohonan pembiayaan.
- i) Menyajikan informasi pembiayaan yang diperlukan oleh intern maupun ekstern.

5. Teller

- a) Menerima uang setoran dan mencocokkan dengan tanda tangan setoran.
- b) Membayarkan uang kepada nasabah yang berhak.
- c) Melaksanakan fungsi checker atas transaksi sesuai kewenangannya.
- d) Mengesahkan dalam sistem dan menandatangani bukti kas atas transaksi pembayaran tunai yang ada dalam batas kewenangannya.
- e) Meneliti keabsahan bukti kas dan membukukan transaksi sesuai kewenangannya.
- f) Mencocokkan bukti pembukuan dengan daftar mutasi harian dan menandatangani.

6. Account Officer (AO)

- a) Memeriksa kelengkapan dan meminta nasabah melengkapi persyaratan pembiayaan.

- b) Melakukan pemeriksaan usaha nasabah secara administrasi dan lapangan.
- c) Bertindak sebagai pejabat pemeriksa pembiayaan.
- d) Bertindak sebagai pejabat rekomendasi untuk pembiayaan yang diprakarsai AO lainnya.
- e) Melaksanakan judgement yang mandiri sesuai wewenang yang diberikan pimpinan cabang.
- f) Melakukan negosiasi dengan nasabah dalam rangka pemberian penyelamatan dan penyelesaian pembiayaan.

7. Petugas Data Entry

- a) Memeriksa kebenaran bukti pembukuan dengan dokumen sumber.
- b) Mencocokkan kebenaran paraf pada dokumen sumber dan kebenaran tanda tangan maker pada bukti pembukuan dengan specimen paraf dan tanda tangan maker yang bersangkutan.
- c) Membuku semua transfer overbooking kesistem komputer.
- d) Menandatangani daftar mutasi harian transaksi overbooking sebagai maker.

B. Aktivitas Perusahaan

Sebagai suatu lembaga keuangan yang menyelenggarakan pelayanan jasa perbankan dengan berlandaskan pada prinsip Syariah, BRI Syariah Cabang Pekanbaru menyediakan produk-produk perbankan yang sesuai syariah Islam. Adapun produk perbankan syariah yang disediakan bagi para nasabah antara lain adalah:

1. Penghimpun Dana

- a) Prinsip Wadi'ah

Al-wadi'ah merupakan titipan murni yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki.

- b) Prinsip Mudharabah

Mudharabah merupakan akad antara pemilik modal (shaibul maal) dengan pengelola (mudharib) untuk memperoleh pendapatan atau keuntungan yang dibagi berdasarkan nisbah yang telah disepakati diawal akad.

Prinsip mudharabah dibagi dua, yaitu mudharabah mutlaqah dan mudharabah muqayyadah.

2. Penyaluran Dana

a. Prinsip Jual-Beli (Ba'i), yang meliputi:

1. Murabahah: adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya pada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.
2. Istisna: yaitu akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati.
3. Salam: ialah jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan persyaratan-persyaratan tertentu.

b. Prinsip Sewa Beli (Ijarah wa Iqtina/ Ijarah Muntahiyah Bitamlik)

c. Prinsip Bagi Hasil (Syirkah), yang meliputi :

1. Musyarakah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.
2. Mudharabah Mutlaqah ialah pemberian wewenang penuh kepada pengelola/ bank untuk mengelola dana tanpa terikat waktu, tempat maupun jenis usahanya.

3. Mudharabah Muqayyadah merupakan akad antara pemilik modal (Sahibul Maal) dengan pengelola (Mudharib), dimana shahibul maal menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus diikuti oleh bank. Untuk itu bank wajib membuat akad yang mengatur persyaratan penyaluran dana simpanan khusus.

3. Jasa Perbankan, yang meliputi

- a. Qardh (pinjaman dengan kewajiban pengembalian pokok saja)
- b. Hiwalah (anjak piutang)
- c. Rahn (gadai)
- d. Wakalah (agency) yaitu akad pemberian kuasa dari pemberi kuasa (Muwakkil) kepada penerima kuasa (Wakil) untuk melaksanakan suatu tugas atas nama pemberi kuasa.
- e. Sharf (Jual beli Valuta Asing) yaitu jual beli valuta asing sesuai dengan prinsip syariah.
- f. Kafalah (garansi bank) ialah akad pemberi jaminan yang diberikan satu pihak kepada pihak lain dimana pemberi jaminan bertanggung jawab atas pembayaran kembali suatu hutang yang menjadi hak penerima jaminan
- g. Ijarah (Sewa) yaitu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau upah tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan.
- h. Wadi'ah Amanah (Titipan) yaitu jasa penyimpanan barang, dimana bank memperoleh imbalan atas jasa tersebut dan bank tidak boleh memanfaatkan barang yang dititipkan tersebut.

Adapun yang bertugas untuk mengawasi kegiatan usaha bank syariah agar tidak menyimpang dari ketentuan dan prinsip syariah yang telah difatwakan oleh Dewan Syariah

Nasional (DSN) adalah pihak Dewan Pengawas Syariah (DSP). DPS adalah badan independen yang ditempatkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) pada bank, dimana anggotanya terdiri dari para pakar dibidang syariah muamalah yang juga memiliki pengetahuan umum bidang perbankan. Selain itu DPS mempunyai fungsi :

1. Sebagai penasehat dan pemberi saran kepada direksi, pimpinan unit usaha syariah dan pimpinan kantor cabang syariah mengenai hal-hal yang terkait dengan aspek syariah.
2. Sebagai mediator antara pihak bank dan Dewan Syariah Nasional (DSN).
3. Sebagai perwakilan Dewan Syariah Nasional (DSN) yang ditempatkan pada bank.

Dewan Syariah Nasional (DSN) itu sendiri merupakan bagian dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tugasnya adalah untuk menumbuh kembangkan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan perekonomian pada umumnya dan sektor keuangan pada khususnya. Termasuk usaha bank, asuransi, dan reksadana.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru dianalisa dengan menggunakan analisis kuantitatif.

1. Identitas Responden

Identitas responden secara umum terdiri dari umur responden dan jenis kelamin responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel V.1 : Umur Responden

Umur Responden	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
20 – 30	42	42%
31 - 40	37	37%
41 – 50	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data Olahan

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa umur responden 20 – 30 sebanyak 42. orang atau 42% umur 31-40 sebanyak 37 orang atau 37% dan umur 41-50 sebanyak 21 orang atau 21%. Jadi, yang lebih dominan dari umur responden yaitu umur antara 20 - 30 tahun sebanyak 42 orang.

Tabel V.2 : Jenis Kelamin Responden

Umur Responden	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Data Olahan

Dari Tabel .2 di atas dapat dilihat Jenis Kelamin responden laki-laki sebanyak 52 orang atau 52% dan perempuan sebanyak 4 orang atau 48%. Jadi, yang lebih dominan dari Jenis Kelamin responden yaitu jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 52 orang atau 52%.

1. Deskripsi Variabel

a. *Tangible*

Subvariabel tangible adalah indikator-indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan eksisistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, serta penampilan pegawai. Selanjutnya dari hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan penabung pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 9
Rekapitulasi Variabel Bukti Fisik (Tangible)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syari'ah Cabang Pekanbaru sudah memiliki peralatan yang mutahir	12	62	22	4	-
2.	Fasilitas fisik di BRI Syariah Cabang Pekanbaru secara visual menarik	18	60	18	4	-
3.	Para karyawan di BRI Syariah Cabang Pekanbaru berpenampilan menarik.	18	54	24	4	-
4.	Brosur, Famlet BRI Syariah Cabang Pekanbaru secara visual menarik	11	61	27	1	-

Sumber : Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa sebanyak 74% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah memiliki peralatan mutakhir. Selanjutnya 78% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa fasilitas di BRI Syariah Cabang Pekanbaru secara visual menarik. Kemudian 72% nasabah yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah cabang Pekanbaru sudah berpenampilan menarik.

Selanjutnya 72% nasabah yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa brosur, pamlet BRI Syariah cabang Pekanbaru secara visual sudah menarik.

b. Reliability

Reliability atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya serta tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang

Tabel 10
Rekapitulasi Variabel Keandalan (Reliability)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat melaksanakan janjinya dengan baik	17	65	16	2	-
2.	Ketika pelanggan mempunyai masalah BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan dengan senang hati untuk menyelesaikan masalah tersebut.	24	53	19	4	-
3.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan memberikan layanan dengan benar sejak pertama kali	16	59	24	1	-
4.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan berusaha dengan dengan keras menghindari kesalahan.	7	69	23	1	-

Sumber: Data olahan 2012

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa sebanyak 82% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat melaksanakan janjinya. Selanjutnya 77% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah dengan senang hati menyelesaikan masalah yang dialami nasabah. Sebanyak 75% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberikan layanan sejak pertama kali dan 76% nasabah menjawab

setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah menghindari kesalahan.

c. Responsiveness

Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 11
Rekapitulasi Variabel Ketanggapan (Responsiveness)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan memberi tahu pelanggan dengan tepat ketika layanan akan dilaksanakan	15	62	23	-	-
2.	Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan memberikan layanan dengan dengan cepat	4	58	35	3	-
3.	Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu mau memberikan bantuan kepada pelanggan.	12	55	32	1	-
4.	karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru tidak akan merasa terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan.	23	52	22	3	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel 11 dapat dilihat bahwa sebanyak 77% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberi tahu pelanggan dengan tepat jika layanan akan dilaksanakan. Selanjutnya 62% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberikan layanan dengan cepat. Sebanyak 67% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu mau memberikan bantuan kepada pelanggan, dan sebanyak 75% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah tidak terlalu sibuk dalam menanggapi permintaan pelanggan.

d. Assurance

Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 12
Rekapitulasi Variabel Jaminan (Assurance)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Perilaku karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat menyesuaikan para pelanggan.	26	53	20	1	-
2.	Pelanggan merasa aman melakukan transaksi di BRI Syariah Cabang Pekanbaru	22	62	15	1	-
3.	Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu bersikap ramah pada pelanggan	30	54	16		-
4.	karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru mempunyai pengetahuan untuk melaksanakan pekerjaannya.	16	50	28	-	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel 12 dapat dilihat bahwa sebanyak 79% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa perilaku karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah bisa menyesuaikan pelanggan. Sebanyak 84% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa Nasabah sudah merasa aman bertransaksi dengan BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Selanjutnya 84% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah bersikap ramah kepada pelanggan, dan 66% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mempunyai pengetahuan tentang pekerjaannya.

e. Empathy

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Hasil

penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 12
Rekapitulasi Variabel Perhatian (Empaty)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru member perhatian secara individual kepada para pelanggan.	11	60	28	1	-
2.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru mempunyai jam kerja yang menyenangkan pelanggan.	12	57	28	3	-
3.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru mempunyai karyawan yang memberikan perhatian kepada pelanggan secara pribadi.	5	60	32	3	-
4.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mementingkan kepentingan Pelanggan	12	65	21	2	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel 12 dapat dilihat bahwa sebanyak 71% nasabah menjawab setujudan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memperhatikan secara individual kepada para pelanggan. Sebanyak 69% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mempunyai jam kerja yang menyenangkan pelanggan. Kemudian sebanyak 65% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberikan perhatian kepada pelanggan secara pribadi. Selanjutnya sekitar 77% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mementingkan kepentingan pelanggan.

f. Kepuasan Konsumen

Untuk memuaskan konsumen perusahaan perlu menggunakan sumber-sumber yang dimiliki secara efektif. Sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan merupakan kriteria untuk memilih kebutuhan dan keinginan mana yang dilayani.

Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan faktor yang menentukan terhadap hubungan suatu perusahaan. Jadi dapat dikatakan bahwa salah satu keberhasilan perusahaan adalah apabila perusahaan itu dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Sehingga konsumen atau pelanggan merasa puas.

Pada variabel kepuasan konsumen (Y) diwakili oleh empat pernyataan yang mencerminkan indikator kepuasan konsumen. Frekuensinya sebagai berikut:

Tabel 13
Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah bank syariah yang benar-benar saya butuhkan.	65	35	-	-	-
2.	Saya puas menjadi pelanggan BRI Syariah Cabang Pekanbaru	65	35	-	-	-
3.	Pilihan saya untuk menjadi pelanggan BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah bijaksana.	63	36	1	-	-
4.	Saya sungguh menikmati BRI Syariah Cabang Pekanbaru	70	30	-	-	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel. 13 dapat dilihat bahwa Bank Syariah yang dibutuhkan oleh pelanggan dan nasabah merasakan kepuasan serta nasabah sungguh menikmati BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Ini terbukti 100% dari populasi nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang menyatakan kepuasannya, dan yang menyatakan pilihannya BRI Syariah Cabang Pekanbaru mencapai 99%. Oleh karena itu para nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah menyatakan kepuasannya. Ini merupakan suatu nilai positif yang harus dipertahankan oleh BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pada uji validitas dengan sampel sebanyak 100 responden. Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2
Validitas Kuesioner Variabel Bukti Fisik

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,586	Valid
Butir 2	0,489	Valid
Butir 3	0,386	Valid
Butir 4	0,496	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel bukti fisik, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 3
Validitas Kuesioner Variabel Keandalan

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,377	Valid
Butir 2	0,424	Valid
Butir 3	0,435	Valid
Butir 4	0,433	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel keandalan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 4
Validitas Kuesioner Variabel Ketanggapan

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,334	Valid
Butir 2	0,314	Valid
Butir 3	0,482	Valid
Butir 4	0,458	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel ketanggapan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 5
Validitas Kuesioner Variabel Jaminan

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,392	Valid
Butir 2	0,428	Valid

Butir 3	0,421	Valid
Butir 4	0,462	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel Jaminan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 6
Validitas Kuesioner Variabel Perhatian

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,413	Valid
Butir 2	0,329	Valid
Butir 3	0,403	Valid
Butir 4	0,424	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel Perhatian, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 7
Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,413	Valid
Butir 2	0,329	Valid
Butir 3	0,403	Valid
Butir 4	0,424	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel Kepuasan Konsumen, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Pada uji Reliabilitas dengan sampel sebanyak 100 responden. Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Seluruh Variabel

Variable	Butir Pertanyaan	Alpha
Kepuasan Konsumen	4	0,612
Bukti Fisik (X1)	4	0,699
Keandalan (X2)	4	0,635

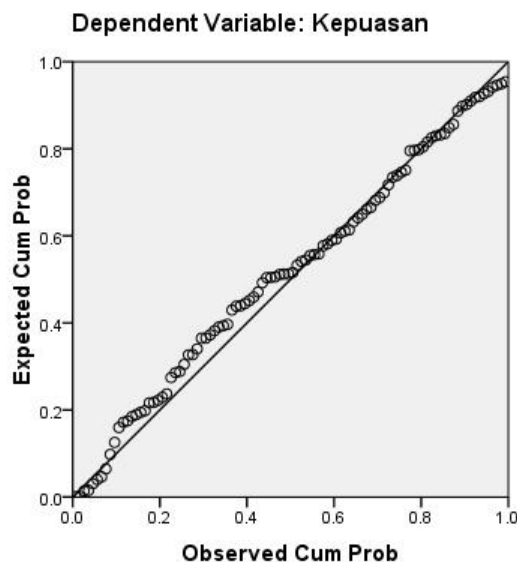
Ketanggapan (X3)	4	0,616
Jaminan (X4)	4	0.645
Perhatian (X5)	4	0,607

Data Olahan : 2012

Dari kelima variabel diatas dapat disimpulkan bahwa kelima variabel dinyatakan reliabel karena besar dari 0,60. Ini berarti kuesioner yang dijawab oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dengan keadaannya.

c. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa data

menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti penyaluran data bersifat normal, sehingga asumsi untuk melakukan model regresi dapat dilakukan

3. Uji Asumsi Klasik

a. Auto Korelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu sebelumnya, jika ada berarti terdapat autokorelasi. Pada penelitian ini mengetahui adanya autokorelasi dengan menggunakan *durbin wontston* (DR). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS (pada lampiran) diperoleh nilai d hitung

sebesar 1,836. Dengan menggunakan persamaan $du < d < 4-du$, dimana jika angka d hitung berada diantara du dengan $4-du$ maka d hitung hasilnya baik dan dianggap signifikan.

Untuk melihat tabel maka digunakan $k=4$, $\alpha=5\%$ dan $n=100$ maka $du=1,754 < (4-du) = 2,246$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, karena $d=2,203 < (4-du)$ dan Au . Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengujian ini tidak terdapat autokorelasi dari residual.

b. Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi yang bebas multikolinieritas apabila nilai angka tolerance nilai $VIF < 5$. Uji multikolinieritas yang dilakukan terhadap model analisis regresi (pada lampiran) diperoleh nilai fisik 1,037 keandalan 1,102, ketanggapan 1,109 jaminan 1,024, perhatian 1,020. Berarti penelitian ini bebas dari multikolinieritas karena semua nilai VIF dari semua variabel kecil dari 5.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik diatas tridak terlihat pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y . Maka disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan pengujian ini layak dipakai.

B. Pembahasan Hasil Penelitian.

a. Analisis Regresi Berganda Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara besama-sama terhadap variabel terikatnya maka dilakukan pengujian regresi berganda dengan uji F sebagai berikut :

$$F\text{-tab} = (k-1) : (n - k)$$

$$= (6 - 1) : (100 - 6) = 5 : 94 = 2.311$$

$$F\text{-hit} > F\text{-tab}$$

$$9.468 > 2.311$$

Dari hasil pengujian regresi berganda dengan uji F diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel.

Analisis regresi berganda juga dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 33
Hasil Regresi Linier Berganda

Varibel Bebas	Koefisien Regresi	t-hit
X_1	0.146	2.600
X_2	0.161	2.491
X_3	0.160	2.237
X_4	0.151	2.513
X_5	0.111	1.678
$a = 1.828$ $R^2 = 0.335$ $F\text{-hit} = 9.468$ $R = 0.579$ $F\text{ tab} = 2.311$ Probabilitas = 0.000		

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel 33 dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dari tabel tersebut maka dapat diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 1.828 + 0.146X_1 + 0.161X_2 + 0.160X_3 + 0.151X_4 + 0.111X_5$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa :

1. Y mempunyai nilai konstanta sebesar 1,828. Ini berarti bahwa, jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kepuasan nasabah sebesar 1,828.
2. Koefisien X_1 (*Tangible*) sebesar 0.146 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor bukti fisik akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,146 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
3. Koefisien X_2 (*Reliability*) sebesar 0.161 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor keandalan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,161 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.

4. Koefisien X_3 (*Responsiveness*) sebesar 0.160 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor ketanggapan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,160 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
5. Koefisien X_4 (*Assurance*) sebesar 0.151 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor jaminan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,151 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
6. Koefisien X_5 (*Empathy*) sebesar 0.111 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor perhatian akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,111 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.

Dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa variabel Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai dari kelima variabel tersebut maka konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

b. Analisis Regresi berganda Secara Parsial (Uji t)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan program *SPSS 15 Windows*, diperoleh besarnya nilai koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

Tabel 34
Koefisien Regesi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap Variabel Terikat

Variabel Bebas	t-tab	t-hit	Sig
X_1	1.985	2.600	0.011
X_2	1.985	2.491	0.015
X_3	1.985	2.237	0.028
X_4	1.985	2.513	0.014
X_5	1.985	2.678	0.097

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel 34 dapat dibuktikan kebenaran hipotesis secara parsial dengan ketentuan :

Apabila $t\text{-hit} > t\text{-tab}$ maka variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya atau terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti. Apabila $t\text{-hit} < t\text{-tab}$ maka variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti. Uji-t ini dilakukan dengan membandingkan $t\text{-hit}$ dengan $t\text{-tab}$ pada taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$)

$$t\text{-tab} = t_{\alpha/2 : n - 6}$$

$$= 0.05 / 2 : 100 - 6 = 0.025 : 94 = 1,985$$

hasil pengujian untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel X_1 *Tangibel* : $2.600 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *tangibel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
2. Variabel X_2 *Reliability* : $2.491 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
3. Variabel X_3 *Responsiveness* : $2.237 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
4. Variabel X_4 *Asurance* : $2.513 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Asurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
5. Variabel X_5 *Empathy* : $2.678 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru dianalisa dengan menggunakan analisis kuantitatif.

1. Identitas Responden

Identitas responden secara umum terdiri dari umur responden dan jenis kelamin responden. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel V.1 : Umur Responden

Umur Responden	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
20 – 30	42	42%
31 - 40	37	37%
41 – 50	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data Olahan

Dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa umur responden 20 – 30 sebanyak 42. orang atau 42% umur 31-40 sebanyak 37 orang atau 37% dan umur 41-50 sebanyak 21 orang atau 21%. Jadi, yang lebih dominan dari umur responden yaitu umur antara 20 - 30 tahun sebanyak 42 orang.

Tabel V.2 : Jenis Kelamin Responden

Umur Responden	Jumlah responden (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Total	100	100%

Sumber: Data Olahan

Dari Tabel .2 di atas dapat dilihat Jenis Kelamin responden laki-laki sebanyak 52 orang atau 52% dan perempuan sebanyak 4 orang atau 48%. Jadi, yang lebih dominan dari Jenis Kelamin responden yaitu jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 52 orang atau 52%.

1. Deskripsi Variabel

a. *Tangible*

Subvariabel tangible adalah indikator-indikator yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menjalankan eksisistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Meliputi fasilitas fisik perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan, serta penampilan pegawai. Selanjutnya dari hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan penabung pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 9
Rekapitulasi Variabel Bukti Fisik (Tangible)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syari'ah Cabang Pekanbaru sudah memiliki peralatan yang mutahir	12	62	22	4	-
2.	Fasilitas fisik di BRI Syariah Cabang Pekanbaru secara visual menarik	18	60	18	4	-
3.	Para karyawan di BRI Syariah Cabang Pekanbaru berpenampilan menarik.	18	54	24	4	-
4.	Brosur, Famlet BRI Syariah Cabang Pekanbaru secara visual menarik	11	61	27	1	-

Sumber : Data Olahan 2012

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa sebanyak 74% responden menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah memiliki peralatan mutakhir. Selanjutnya 78% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa fasilitas di BRI Syariah Cabang Pekanbaru secara visual menarik. Kemudian 72% nasabah yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah cabang Pekanbaru sudah berpenampilan menarik.

Selanjutnya 72% nasabah yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa brosur, pamlet BRI Syariah cabang Pekanbaru secara visual sudah menarik.

b. Reliability

Reliability atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya serta tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang

Tabel 10
Rekapitulasi Variabel Keandalan (Reliability)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat melaksanakan janjinya dengan baik	17	65	16	2	-
2.	Ketika pelanggan mempunyai masalah BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan dengan senang hati untuk menyelesaikan masalah tersebut.	24	53	19	4	-
3.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan memberikan layanan dengan benar sejak pertama kali	16	59	24	1	-
4.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan berusaha dengan dengan keras menghindari kesalahan.	7	69	23	1	-

Sumber: Data olahan 2012

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa sebanyak 82% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat melaksanakan janjinya. Selanjutnya 77% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah dengan senang hati menyelesaikan masalah yang dialami nasabah. Sebanyak 75% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberikan layanan sejak pertama kali dan 76% nasabah menjawab

setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah menghindari kesalahan.

c. Responsiveness

Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 11
Rekapitulasi Variabel Ketanggapan (Responsiveness)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan memberi tahu pelanggan dengan tepat ketika layanan akan dilaksanakan	15	62	23	-	-
2.	Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru akan memberikan layanan dengan dengan cepat	4	58	35	3	-
3.	Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu mau memberikan bantuan kepada pelanggan.	12	55	32	1	-
4.	karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru tidak akan merasa terlalu sibuk untuk menanggapi permintaan pelanggan.	23	52	22	3	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel 11 dapat dilihat bahwa sebanyak 77% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberi tahu pelanggan dengan tepat jika layanan akan dilaksanakan. Selanjutnya 62% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberikan layanan dengan cepat. Sebanyak 67% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu mau memberikan bantuan kepada pelanggan, dan sebanyak 75% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah tidak terlalu sibuk dalam menanggapi permintaan pelanggan.

d. Assurance

Assurance atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hasil penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 12
Rekapitulasi Variabel Jaminan (Assurance)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Perilaku karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru dapat menyesuaikan para pelanggan.	26	53	20	1	-
2.	Pelanggan merasa aman melakukan transaksi di BRI Syariah Cabang Pekanbaru	22	62	15	1	-
3.	Karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu bersikap ramah pada pelanggan	30	54	16		-
4.	karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru mempunyai pengetahuan untuk melaksanakan pekerjaannya.	16	50	28	-	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel 12 dapat dilihat bahwa sebanyak 79% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa perilaku karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah bisa menyesuaikan pelanggan. Sebanyak 84% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa Nasabah sudah merasa aman bertransaksi dengan BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Selanjutnya 84% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah bersikap ramah kepada pelanggan, dan 66% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa karyawan BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mempunyai pengetahuan tentang pekerjaannya.

e. Empathy

Empathy yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan. Hasil

penelitian terhadap indikator-indikator tersebut dapat dilihat dari tanggapan nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru, dengan jumlah sampel 100 orang.

Tabel 12
Rekapitulasi Variabel Perhatian (Empaty)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru member perhatian secara individual kepada para pelanggan.	11	60	28	1	-
2.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru mempunyai jam kerja yang menyenangkan pelanggan.	12	57	28	3	-
3.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru mempunyai karyawan yang memberikan perhatian kepada pelanggan secara pribadi.	5	60	32	3	-
4.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mementingkan kepentingan Pelanggan	12	65	21	2	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel 12 dapat dilihat bahwa sebanyak 71% nasabah menjawab setujudan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memperhatikan secara individual kepada para pelanggan. Sebanyak 69% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mempunyai jam kerja yang menyenangkan pelanggan. Kemudian sebanyak 65% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah memberikan perhatian kepada pelanggan secara pribadi. Selanjutnya sekitar 77% nasabah menjawab setuju dan sangat setuju bahwa BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah mementingkan kepentingan pelanggan.

f. Kepuasan Konsumen

Untuk memuaskan konsumen perusahaan perlu menggunakan sumber-sumber yang dimiliki secara efektif. Sehingga apa yang menjadi tujuan perusahaan merupakan kriteria untuk memilih kebutuhan dan keinginan mana yang dilayani.

Kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan faktor yang menentukan terhadap hubungan suatu perusahaan. Jadi dapat dikatakan bahwa salah satu keberhasilan perusahaan adalah apabila perusahaan itu dapat memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Sehingga konsumen atau pelanggan merasa puas.

Pada variabel kepuasan konsumen (Y) diwakili oleh empat pernyataan yang mencerminkan indikator kepuasan konsumen. Frekuensinya sebagai berikut:

Tabel 13
Rekapitulasi Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah bank syariah yang benar-benar saya butuhkan.	65	35	-	-	-
2.	Saya puas menjadi pelanggan BRI Syariah Cabang Pekanbaru	65	35	-	-	-
3.	Pilihan saya untuk menjadi pelanggan BRI Syariah Cabang Pekanbaru adalah bijaksana.	63	36	1	-	-
4.	Saya sungguh menikmati BRI Syariah Cabang Pekanbaru	70	30	-	-	-

Sumber: Data olahan 2012

Dari Tabel. 13 dapat dilihat bahwa Bank Syariah yang dibutuhkan oleh pelanggan dan nasabah merasakan kepuasan serta nasabah sungguh menikmati BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Ini terbukti 100% dari populasi nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang menyatakan kepuasannya, dan yang menyatakan pilihannya BRI Syariah Cabang Pekanbaru mencapai 99%. Oleh karena itu para nasabah BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah menyatakan kepuasannya. Ini merupakan suatu nilai positif yang harus dipertahankan oleh BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pada uji validitas dengan sampel sebanyak 100 responden. Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 2
Validitas Kuesioner Variabel Bukti Fisik

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,586	Valid
Butir 2	0,489	Valid
Butir 3	0,386	Valid
Butir 4	0,496	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel bukti fisik, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 3
Validitas Kuesioner Variabel Keandalan

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,377	Valid
Butir 2	0,424	Valid
Butir 3	0,435	Valid
Butir 4	0,433	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel keandalan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 4
Validitas Kuesioner Variabel Ketanggapan

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,334	Valid
Butir 2	0,314	Valid
Butir 3	0,482	Valid
Butir 4	0,458	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel ketanggapan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 5
Validitas Kuesioner Variabel Jaminan

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,392	Valid
Butir 2	0,428	Valid

Butir 3	0,421	Valid
Butir 4	0,462	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel Jaminan, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 6
Validitas Kuesioner Variabel Perhatian

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,413	Valid
Butir 2	0,329	Valid
Butir 3	0,403	Valid
Butir 4	0,424	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel Perhatian, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

Tabel 7
Validitas Kuesioner Variabel Kepuasan Konsumen

Butir Pertanyaan	Nilai r Hitung	Kesimpulan
Butir 1	0,413	Valid
Butir 2	0,329	Valid
Butir 3	0,403	Valid
Butir 4	0,424	Valid

Data Olahan : 2012

Berdasarkan pengolahan data variabel Kepuasan Konsumen, bahwa semua butir pertanyaan adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Pada uji Reliabilitas dengan sampel sebanyak 100 responden. Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Seluruh Variabel

Variable	Butir Pertanyaan	Alpha
Kepuasan Konsumen	4	0,612
Bukti Fisik (X1)	4	0,699
Keandalan (X2)	4	0,635

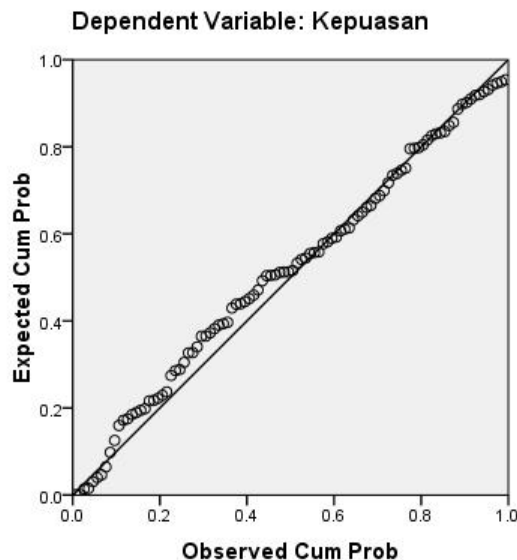
Ketanggapan (X3)	4	0,616
Jaminan (X4)	4	0.645
Perhatian (X5)	4	0,607

Data Olahan : 2012

Dari kelima variabel diatas dapat disimpulkan bahwa kelima variabel dinyatakan reliabel karena besar dari 0,60. Ini berarti kuesioner yang dijawab oleh responden terhadap pertanyaan yang diajukan adalah konsisten dengan keadaannya.

c. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan grafik dapat dilihat bahwa data

menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, berarti penyaluran data bersifat normal, sehingga asumsi untuk melakukan model regresi dapat dilakukan

3. Uji Asumsi Klasik

a. Auto Korelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu (error) pada periode t dengan kesalahan pengganggu sebelumnya, jika ada berarti terdapat autokorelasi. Pada penelitian ini mengetahui adanya autokorelasi dengan menggunakan *durbin wontston* (DR). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS (pada lampiran) diperoleh nilai d hitung

sebesar 1,836. Dengan menggunakan persamaan $du < d < 4-du$, dimana jika angka d hitung berada diantara du dengan $4-du$ maka d hitung hasilnya baik dan dianggap signifikan.

Untuk melihat tabel maka digunakan $k=4$, $\alpha=5\%$ dan $n=100$ maka $du=1,754 < (4-du) = 2,246$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, karena $d=2,203 < (4-du)$ dan Au . Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pengujian ini tidak terdapat autokorelasi dari residual.

b. Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi yang bebas multikolinieritas apabila nilai angka tolerance nilai $VIF < 5$. Uji multikolinieritas yang dilakukan terhadap model analisis regresi (pada lampiran) diperoleh nilai fisik 1,037 keandalan 1,102, ketanggapan 1,109 jaminan 1,024, perhatian 1,020. Berarti penelitian ini bebas dari multikolinieritas karena semua nilai VIF dari semua variabel kecil dari 5.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dari grafik diatas tridak terlihat pola yang jelas, serta titik yang menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y . Maka disimpulkan bahwa penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas dan pengujian ini layak dipakai.

B. Pembahasan Hasil Penelitian.

a. Analisis Regresi Berganda Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara besama-sama terhadap variabel terikatnya maka dilakukan pengujian regresi berganda dengan uji F sebagai berikut :

$$F\text{-tab} = (k-1) : (n - k)$$

$$= (6 - 1) : (100 - 6) = 5 : 94 = 2.311$$

$$F\text{-hit} > F\text{-tab}$$

$$9.468 > 2.311$$

Dari hasil pengujian regresi berganda dengan uji F diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat dengan nilai F hitung lebih besar dari F tabel.

Analisis regresi berganda juga dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 33
Hasil Regresi Linier Berganda

Varibel Bebas	Koefisien Regresi	t-hit
X_1	0.146	2.600
X_2	0.161	2.491
X_3	0.160	2.237
X_4	0.151	2.513
X_5	0.111	1.678
$a = 1.828$ $R^2 = 0.335$ $F\text{-hit} = 9.468$ $R = 0.579$ $F\text{ tab} = 2.311$ Probabilitas = 0.000		

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel 33 dapat disimpulkan adanya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dari tabel tersebut maka dapat diperoleh regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

$$Y = 1.828 + 0.146X_1 + 0.161X_2 + 0.160X_3 + 0.151X_4 + 0.111X_5$$

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa :

1. Y mempunyai nilai konstanta sebesar 1,828. Ini berarti bahwa, jika variabel independen dianggap konstan, maka rata-rata kepuasan nasabah sebesar 1,828.
2. Koefisien X_1 (*Tangible*) sebesar 0.146 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor bukti fisik akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,146 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
3. Koefisien X_2 (*Reliability*) sebesar 0.161 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor keandalan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,161 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.

4. Koefisien X_3 (*Responsiveness*) sebesar 0.160 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor ketanggapan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,160 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
5. Koefisien X_4 (*Assurance*) sebesar 0.151 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor jaminan akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,151 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.
6. Koefisien X_5 (*Empathy*) sebesar 0.111 menyatakan setiap perubahan satuan- satuan faktor perhatian akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,111 satuan dengan asumsi faktor lain dianggap konstan.

Dari persamaan regresi diatas diketahui bahwa variabel Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai dari kelima variabel tersebut maka konsumen akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

b. Analisis Regresi berganda Secara Parsial (Uji t)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan program *SPSS 15 Windows*, diperoleh besarnya nilai koefisien regresi secara parsial dari masing-masing variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

Tabel 34
Koefisien Regesi Variabel Bebas Secara Parsial Terhadap Variabel Terikat

Variabel Bebas	t-tab	t-hit	Sig
X_1	1.985	2.600	0.011
X_2	1.985	2.491	0.015
X_3	1.985	2.237	0.028
X_4	1.985	2.513	0.014
X_5	1.985	2.678	0.097

Sumber : Data olahan hasil penelitian

Dari tabel 34 dapat dibuktikan kebenaran hipotesis secara parsial dengan ketentuan :

Apabila $t\text{-hit} > t\text{-tab}$ maka variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya atau terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti. Apabila $t\text{-hit} < t\text{-tab}$ maka variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya atau tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel yang diteliti. Uji-t ini dilakukan dengan membandingkan $t\text{-hit}$ dengan $t\text{-tab}$ pada taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0.05$)

$$t\text{-tab} = t_{\alpha/2 : n - 6}$$

$$= 0.05 / 2 : 100 - 6 = 0.025 : 94 = 1,985$$

hasil pengujian untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel X_1 *Tangibel* : $2.600 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *tangibel* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
2. Variabel X_2 *Reliability* : $2.491 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
3. Variabel X_3 *Responsiveness* : $2.237 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
4. Variabel X_4 *Asurance* : $2.513 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Asurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
5. Variabel X_5 *Empathy* : $2.678 > 1.985$. Artinya bahwa variabel *Empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kesalahan 5%.
2. Berdasarkan uji T diperoleh nilai T hitung variabel penelitian yaitu Bukti Fisik (2.600), keandalan (2.491), ketanggapan (2.237), jaminan (2.513), perhatian (2.678). Jika dibandingkan dengan T tabel (1.986), maka nilai T hitung variabel penelitian ini > T tabel. Hal ini menunjukkan bahwa kelima (bukti fisik, ketanggapan, keandalan, jaminan, perhatian) variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen).
3. $Y = 1.828 + 0.146X_1 + 0.161X_2 + 0.160X_3 + 0.151X_4 + 0.111X_5$

Dari hasil pengolahan regresi linier berganda dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah reability sedangkan yang tidak terlalu berpengaruh adalah variabel empathy.

4. Dari uji determinasi (R^2) yang diperoleh dengan nilai *R Square* yaitu 0.335. ini menunjukkan bahwa 33,5% kepuasan konsumen pada BRI

Syariah Cabang Pekanbaru dipengaruhi Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan sisanya sebanyak 66,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti promosi, produk, pesaing, dan lokasi perusahaan (*Place*) yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah dikatakan baik dengan hasil yang diperoleh dari tanggapan responden tentang kepuasan pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diambil. Penulis menyimpulkan bahwa dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru sebaiknya perusahaan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- 1 Dalam meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru harus meningkatkan kualitas pelayanan.
- 2 BRI Syariah Cabang Pekanbaru perlu melaksanakan pelayanan dengan jadwal yang sudah disusun, ketepatan waktu dan lebih bersikap simpatik kepada nasabah.
- 3 Manajemen bank diharapkan memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan lebih berkompeten dalam melayani nasabah.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang sudah dilakukan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat berdasarkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan tingkat kesalahan 5%.
2. Berdasarkan uji T diperoleh nilai T hitung variabel penelitian yaitu Bukti Fisik (2.600), keandalan (2.491), ketanggapan (2.237), jaminan (2.513), perhatian (2.678). Jika dibandingkan dengan T tabel (1.986), maka nilai T hitung variabel penelitian ini > T tabel. Hal ini menunjukkan bahwa kelima (bukti fisik, ketanggapan, keandalan, jaminan, perhatian) variabel bebas mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen).
3. $Y = 1.828 + 0.146X_1 + 0.161X_2 + 0.160X_3 + 0.151X_4 + 0.111X_5$

Dari hasil pengolahan regresi linier berganda dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah reability sedangkan yang tidak terlalu berpengaruh adalah variabel empathy.

4. Dari uji determinasi (R^2) yang diperoleh dengan nilai *R Square* yaitu 0.335. ini menunjukkan bahwa 33,5% kepuasan konsumen pada BRI

Syariah Cabang Pekanbaru dipengaruhi Bukti fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) dan sisanya sebanyak 66,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya seperti promosi, produk, pesaing, dan lokasi perusahaan (*Place*) yang tidak diamati dalam penelitian ini.

5. Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru sudah dikatakan baik dengan hasil yang diperoleh dari tanggapan responden tentang kepuasan pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diambil. Penulis menyimpulkan bahwa dalam mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru sebaiknya perusahaan memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

- 1 Dalam meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen pada BRI Syariah Cabang Pekanbaru harus meningkatkan kualitas pelayanan.
- 2 BRI Syariah Cabang Pekanbaru perlu melaksanakan pelayanan dengan jadwal yang sudah disusun, ketepatan waktu dan lebih bersikap simpatik kepada nasabah.
- 3 Manajemen bank diharapkan memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan sehingga karyawan lebih berkompeten dalam melayani nasabah.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Antonio, Safi'I Muhammad. 2001, *Bank Syariah dari Tiori Keperaktek*, Jakarta: Gema Insani.
- Assuari, Sofyan, 2002. *Manajemen Operasi Jasa*, Konsultan Senior. LM-FeUI
- Gasperz, Vincen, 2002. *Manajemen kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta. cetakan ke 2, PT. Gramedia PusakaUtama.
- Gerson F, Richard. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Penerbit Victor Jaya Abadi.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir, 2001, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- _____, 2005, *Pemasaran Bank*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Kotler Philips, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Jilid Satu, Edisi Milenium, PT. Selemba Empat.
- _____, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prehallindo.
- Lamb, Hair, MC Daniel, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Selemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Selemba Empat.
- Marlinda Neti, 2007, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Ummat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru*, Skripsi tidak diterbitkan, Pekanbaru: UIN Suska Riau.
- Muhammad, 2000. *Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Islam*, Jakarta, UII Press.

Nurliza Evi, 2003, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Tabungan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru*, Skripsi tidak diterbitkan. Pekanbaru: Universitas Riau

Saladin, Djaslim, 2003. *Manajemen Pemasaran*, Bandung, Linda Karya.

Sumarni, Murti, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta, Liberty.

Sugiono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke-5*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tarmizi Muhammad, 2009 *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru* Skripsi Tidak Di Terbitkan. Pekanbaru: UIN Suska Riau

Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Pustaka Andi.

Tjiptono, Fandy, dan Anastasia, diana, 2001. *Total Service*, Yogyakarta, Andi Offset.

Zulfikar, 2003, *Modul Pemasaran Barang dan Jasa*, Pekanbaru, SMKNI.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Antonio, Safi'I Muhammad. 2001, *Bank Syariah dari Tiori Keperaktek*, Jakarta: Gema Insani.
- Assuari, Sofyan, 2002. *Manajemen Operasi Jasa*, Konsultan Senior. LM-FeUI
- Gasperz, Vincen, 2002. *Manajemen kualitas Dalam Industri Jasa*, Jakarta. cetakan ke 2, PT. Gramedia PusakaUtama.
- Gerson F, Richard. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta. Penerbit Victor Jaya Abadi.
- Ghozali, Imam. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir, 2001, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada.
- _____, 2005, *Pemasaran Bank*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group.
- Kotler Philips, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta Jilid Satu, Edisi Milenium, PT. Selemba Empat.
- _____, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Prehallindo.
- Lamb, Hair, MC Daniel, 2001, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Selemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Selemba Empat.
- Marlinda Neti, 2007, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Ummat Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru*, Skripsi tidak diterbitkan, Pekanbaru: UIN Suska Riau.
- Muhammad, 2000. *Sistem Dan Prosedur Operasional Bank Islam*, Jakarta, UII Press.

Nurliza Evi, 2003, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Tabungan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru*, Skripsi tidak diterbitkan. Pekanbaru: Universitas Riau

Saladin, Djaslim, 2003. *Manajemen Pemasaran*, Bandung, Linda Karya.

Sumarni, Murti, 2002, *Manajemen Pemasaran Bank*, Yogyakarta, Liberty.

Sugiono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan ke-5*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tarmizi Muhammad, 2009 *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Fluktuasi Jumlah Penabung pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Pekanbaru* Skripsi Tidak Di Terbitkan. Pekanbaru: UIN Suska Riau

Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta, Pustaka Andi.

Tjiptono, Fandy, dan Anastasia, diana, 2001. *Total Service*, Yogyakarta, Andi Offset.

Zulfikar, 2003, *Modul Pemasaran Barang dan Jasa*, Pekanbaru, SMKNI.